

Ungdom og medier - verdier og holdninger

*En studie av ungdom og medier, deres holdninger, verdier og håp i dagens
flerkulturelle Norge*

Av Gine Marie Høydahl



Masteroppgave i Medievitenskap
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2012

© Gine Marie Høydahl

2012

Ungdom og medier - verdier og holdninger - *En studie av ungdom og media, deres holdninger, verdier og håp i dagens flerkulturelle Norge*

Gine Marie Høydahl

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Denne masteroppgaven fokuserer på mediens rolle som verdiformidler, og på de erfaringshorisonter ulike medier legger opp til som referanse for ungdom i oppvekst, som grunnlag for utvikling av selvoppfatning og identitet. Fokus ligger på ungdoms motivasjon for utdanning og arbeid i fremtiden, i tillegg til verdier ulike medier bidrar med som utgangspunkt for mellommenneskelige forhold og følelse av tilhørighet i samfunnet. Utgangspunktet er at enkelte medier bryter med ulike samfunnsverdier som er nedfelt i Opplæringslovens kapittel 1, og at de på den måten kan legge negative føringer for utvikling av en sterk og positiv identitet. Empiri er hentet fra en kvantitativ elektronisk spørreundersøkelse, og målgruppen er elever i videregående skole, 3. årstrinn. Undersøkelsens resultater og hovedkonklusjon bygger på empiri som viser respondentenes oppfatning om at ulike medier bryter med utvalgte verdier i Opplæringsloven. I tillegg underbygger hovedtyngden av respondentene sitt behov for medier som reflekterer positive samfunnsverdier i kultiveringen av et samfunn basert på humanitet og samarbeid. Kommunitarisme som en politisk filosofi med utgangspunkt i en journalistikk som undersøker årsakene til moralske konflikter og som vektlegger menneskelige behov kan være en vei å gå.

Focus in this master thesis is on the medias role as provider of values, and the reference of common horizons of values different media provides youths in their construction of self and identity. Further focus is youth's motivation in gaining an education and work in future life, in addition to different values the media provides for genuine human relations and sense of belonging in society. The main thought is that certain media products undermines positive values which are reflected in The Education Act - Primary and Secondary Education and Training, chapter 1, a condition that can weaken youths construction of strong and positive identities. Empiri is collected from a quantitative survey, and respondents are students in High School, third year. Results and main conclusion are based on empiri that shows the respondents perception of particular media content which are in contradiction of values provided by The Education Act. Finally, there is the proclamation made by the main share of the respondents emphasizing the need of a media that reflects positive values, in the construction and cultivation of a society based on humanity and cooperation. Communitarianism as a political philosophy based on a journalism that focuses on the causes of moral conflicts and reflecting human needs, can be a road to travel by.

Forord

Arbeidet med oppgaven har vært spennende, lærerikt og til tider krevende. Jeg har satt pris på å arbeide med dette prosjektet, og det er en underlig følelse å være ferdig. Jeg vil gjerne takke dem som har oppmuntret og hjulpet meg i prosessen.

En stor takk til min stødige og dyktige hovedveileder, Knut Lundby (V-11/H-11), for all veiledning, konstruktive tilbakemelding, støtte og oppmuntringer underveis i prosjektet, og i prosessen med å løfte oppgaven til et vitenskapelig nivå jeg ikke hadde vært i stand til selv. En stor takk også til biveileder Elisabeth Eide (V-11/H-11), for gode og konstruktive tilbakemeldinger, råd og oppmuntring underveis i prosessen. Selv om vi har ulik ideologisk bakgrunn og tidvis ulike synspunkter, så har vi hatt gode og konstruktive veiledningsmøter.

En stor takk rettes også til Per Harald Jacobsen, for god hjelp i å sette meg inn i arbeidet og hjelpe meg med analyseverktøyet SPSS. Takk også til Øystein Wika for god hjelp og veiledning med datatekiske ting. Tusen takk!

Tusen takk også til rektorer og lærere som har lagt til rette for at prosjektet lot seg gjennomføre, og en særlig takk til alle de elevene som besvarte undersøkelsen, og som skrev utfyllende på tekstspørsmålene. Uten dere hadde ikke dette prosjektet latt seg gjennomføre.

Til slutt en stor takk til dere kjære rundt meg for oppmuntringer og gode samtaler om prosjektet underveis i prosessen.

Oslo, 27. Januar 2012

Gine Marie Høydahl

INNHALDSFORTEGNELSE

Sammendrag.....	iv
Forord.....	vi
1. Innledning og presentasjon av tema.....	1
1.1 Det moralske samfunnsideal og en ekspressiv språkteori.....	2
1.2 Problemstilling og forskerspørsmål	3
1.3 Verdiene i undersøkelsen.....	5
1.4 Disposisjon.....	9
2. Bakgrunn.....	10
2.1 Flerkulturelle samfunn og religionsdebatt	10
2.2 Kommersialisering av mediene.....	14
2.3 Religion og identitet.....	15
3. Teoretiske perspektiver	17
3.1 Moralske horisonter	17
3.2 Hva er kultur?.....	20
3.3 Religion, funksjonalisme og holdninger	22
3.4 Ytringsfrihet	24
3.5 Individualisering, tap av mening og instrumentell fornuft	27
3.6 Medialisering og mediene som kamparena.....	30
3.7 Postmodernisme, kommersialisering og verdiformidling.....	34
3.8 Stigmatiserte grupper	40
3.9 Verdier og holdninger	41
3.10 Kommunitarisme og en ekspressiv språkteori	42
4. Metode	45
4.1 Valg av forskningsstrategi	45
4.2 Kvantitativ spørreundersøkelse.....	46
4.3 Tidsmessige metodebegrensinger	46

4.4 Undersøkelsens utvalg	47
4.5 Operasjonalisering og verdier i fokus	48
4.6 Definisjoner.....	49
4.7 Gjennomføring av undersøkelsen	50
4.8 Databehandling av avhengige og uavhengige variabler.....	51
4.9 Validitet og reliabilitet	53
4.10 Målefeil	54
4.11 Fremgangsmåter i analysen.....	55
5. Empiri og analyse.....	56
5.1 Innledning	56
5.1.1 Frekvensfordelinger	57
5.2 Oversikt over datamaterialet – univariat frekvensfordeling.....	58
5.2.1 Bakgrunns- og personlighetsvariabler	58
5.2.2 Avhengige variabler - samfunnsverdiene.....	61
5.3 Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?	63
5.4 Medier og holdningsdannelse	69
5.5 Ungdoms holdninger til medier som verdiformidler av en etisk tenke- og handlemåte 73	
5.5.1 Ungdoms holdninger til mediene som verdiformidlere av en etisk tenke- og handlemåte, sett i lys av religiøsitet / åndelighet og religion.....	79
5.5.2 Bidrar religiøs tilhørighet til fremtidsoptimisme hos ungdom?	81
5.6 Ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av ”politiske verdier”	83
5.7 Ungdoms refleksjoner omkring undersøkelsen.....	90
5.8 Oppsummering og svar på overordnet problemstilling.....	92
6. Diskusjon og avsluttende konklusjon	94
8. Litteratur.....	101
9. Vedlegg	106
9.1 Inndeling av vedlegg.....	106

9.1.1 Vedlegg 1: Uavhengige variabler, variabelverdier, klassifisering og koding	106
9.1.2 Vedlegg 2: Avhengige variabler, variabelverdier, klassifisering og koding.....	107
9.1.3 Vedlegg 3: Avhengig variabel: medier som svekker etikken - koding	109
9.1.4 Vedlegg 4: Videre klassifisering og koding av uavhengige variabler	110
9.1.5 Vedlegg 5: Spørreskjema slik det så ut før det ble overført til Nettskjema	111
9.1.6 Vedlegg 6: Informasjonsskriv til rektorer	115
9.1.7 Vedlegg 7: Første side i undersøkelsen – Informasjon til elevene	116
9.1.8 Vedlegg 8: Modell til ”Diskusjonen om det gode liv”	117
9.1.9 Vedlegg 9: Ulike medieprodukter, verdier og moral	118

1. Innledning og presentasjon av tema

Denne masteroppgaven fokuserer på mediernes rolle som verdiformidler, og på de erfaringshorisonter ulike medier legger opp til som referanse for ungdom i oppvekst, som grunnlag for utvikling av selvoppfatning og identitet. Fokus ligger på ungdoms motivasjon for utdanning og arbeid i fremtiden, i tillegg til hvilke verdier ulike medier bidrar med som utgangspunkt for identitet, mellommenneskelige forhold og følelse av tilhørighet i samfunnet.

Som lærer i ungdomsskolen var jeg selv vitne til at elever med minoritetsbakgrunn mistet motivasjonen for skolearbeid og jobbutsikter for fremtiden med den begrunnelse at de ”ville jo ikke få jobb uansett, og det var mange andre måter å tjene penger på i stedet for å slite med leksearbeid og utdanning”. Dette var etter en periode med fokus i nyhetsmediene på velutdannede voksne med minoritetsbakgrunn som selv etter mange års arbeid med søknader ikke en gang ble innkalt til intervju på grunn av utenlandske navn, etnisk tilhørighet og bakgrunn. ”Har man et fremmed navn, får man ikke jobb, uansett hvor godt utdannet man er” (Hegvik, Jonhsen, Haugsbø og Brustad 2010). Undersøkelser viser at en stor del av ungdommen avbryter utdannelsesforløpet før de er ferdige (Statistisk Sentralbyrå, Skjelvik 2011), noe som har store sosiale og økonomiske konsekvenser. For å motvirke trenden hvor utdanning ikke er en viktig faktor, og for å motvirke kriminalitet, må blant annet identitetsbyggende og holdningsskapende arbeid til. For å kunne arbeide konstruktivt med ungdom og identitetsutvikling, må man treffe dem ”hjemme”, og kjenne til deres verdiorientering, følelse av tilhørighet og motivasjon for fremtiden. Med utgangspunkt i at dagens ungdom delvis tilhører ulike kulturer, som periodevis diskuteres i mediene, ut fra ulike innfallsvinkler og med motstridende verdiforståelser, kan man tenke seg at unge i dag utsettes for press, påvirkning, forventninger og valgsituasjoner som kan være utfordrende og vanskelige.

Ungdom lever i en mediert verden med et mangfold av medieprodukter som del av sin virkelighet. Alt fra blogger, nettdebatter, filmer og dataspill, til nyhetsmedier og underholdningsmedier med ulik verdiorientering bidrar til å forme den virkeligheten unge lever under i dag. Inntrykk fra ulike medier påvirker mellommenneskelig samhandling, og har implikasjoner på selvoppfatning og hvilke verdier som blir de sentrale i utvikling av selvfølelse og identitet (Taylor 2008, Mainsah 2010, Hjarvard 2008, Hoover 2006). Verdier og holdninger er avgjørende for hvilke tanker den enkelte har om seg selv (Waldahl 1999), og danner utgangspunkt for utviklingen av motivasjon og fremtidsutsikter. Hvilke tanker og

holdninger ungdom har til *verdier* i møte med ulike medier som dagspresse, kringkasting, internett, filmer og dataspill er et sentralt poeng i oppgaven. Et annet sentralt poeng er ungdoms oppslutning omkring mediens rolle som verdiformidler, og som påvirkningsfaktor i utviklingen av en kultur og et samfunn hvor sentrale samfunnsverdier danner grunnlaget for et fellesskap på tvers av ulike kulturer. Generelt er målet med undersøkelsen å rette oppmerksomhet om og refleksjon omkring aktuelle samfunnsverdier hentet fra Opplæringsloven og *medias rolle*, og skape en kritisk bevissthet omkring medier og påvirkning. Empiriske data er basert på en kvantitativ elektronisk spørreundersøkelse, hvor målgruppen er elever på 3. trinn i videregående skole.

1.1 Det moralske samfunnsideal og en ekspressiv språkteori

Charles Taylor (2008) er opptatt av det moderne selvet. ”Å forstå det moderne selvet er å forstå de verdiene som dette selvet identifiserer seg med, altså de verdiene som i en viss forstand utgjør dets identitet” (Nafstad i Taylor 2008:8). Taylor legger vekt på at vår selvvurdering ikke er å betrakte som en subjektiv privatsak, men som et resultat av *selvets moralske rom*. ”Det moralske rom er noe vi er i som fellesskap. (...) Det moralske rom er et offentlig rom, ikke den enkeltes soveværelse” (Nafstad i Taylor 2008:8). Ifølge Taylor er det å klargjøre det moderne selvets identitet å undersøke de *kildene* det moderne menneske har til rådighet når det skal definere sin identitet, og peker i den forbindelse på den *terminologi* som råder i kulturen vi beveger oss i, og i samfunnet generelt, som avgjørende for hvilke verktøy vi bruker for å forstå oss selv, og utvikle og forhandle oss fram til vår identitet. Han argumenterer i denne sammenhengen for et *moralsk samfunnsideal* som artikuleres tydelig og ofte, for å fremme og befeste de verdiene som utgjør dette idealet. Dette vil skape nye distinksjoner og betinge nye tilstander for mellommenneskelig atferd, og setter oss i stand til å fokusere på bestemte trekk ved virkeligheten for å endre oppfatning om den, og tolke dem på en ny måte. Det er en sammenheng mellom slike tilstander og moralske nyanser, som blir tydelige for oss, ved at de artikuleres ofte (Nafstad i Taylor 2008:11). Taylor legger en *ekspressiv språkteori* til grunn, og argumenterer for at språket har en representativ funksjon, i det at språklig artikulering skaper noe nytt, noe som ikke var der fra før (Nafstad i Taylor 2008:11). Han peker på at selvforståelse er historisk og kulturelt variabelt, og derfor vil kunnskap om disse kildene også være kunnskap om den tiden og den kulturen som er det aktuelle menneskets livsverden. ”Studiet av kildene til det moderne moralske rommet er derfor også et studium av den moderne verden” (Nafstad i Taylor 2008:8). Vil vi ha innblikk i selvets moralske rom, vil derfor en studie av *kulturen* slik den fremstår i dag, ifølge Taylor

(2008) være det som gir en forståelse av hvilke kilder det moderne selv har til rådighet når det skal definere seg selv og sin identitet.

Fagfeltet til denne masteroppgaven er medievitenskap, og teori i kapittel 3 vil peke på den innflytelse *mediene* har på kultur og samfunn slik den / det framstår i dag. Denne oppgaven vil søke å kaste et overordnet blikk over *deler* av ungdoms moralske rom, med fokus på den delen av kulturen ungdommen opplever i møte med ulike medier, i tillegg til den rollen ungdom mener ulike medier inntar i forhold til verdier. Å forstå ungdoms subjektive opplevelse av medievirkeligheten er en svært utfordrende øvelse, siden ungdom er forskjellige, har forskjellige interesser, og i en fragmentert medievirkelighet vil enhver søke seg til de medier som ligger innenfor interessefeltet. Det være seg ulike nyhetsmedier og underholdningsmedier, herunder filmer, tv-serier, realityprogrammer, radiokanaler, magasiner, internett med utallige informasjonsmuligheter, deriblant blogger, nettdebatter, sosiale medier, youtube, med mer. En analyse av *hvilke* medier ungdom benytter seg av, sett i sammenheng med analysen av *verdiformidling* i disse mediene, må til for å få en tilnærmet reell innsikt i ungdoms moralske rom når det kommer til mediebruk. Dette ligger langt utenfor rammene av denne oppgaven. Her vil vi konsentrere oss om en mer overflatisk innfallsvinkel, for å danne oss et bilde av hva ungdom mener om medier og verdiformidling. Den overordnede tanken er at det finnes medier som bryter ned etablerte samfunnsverdier, og derfor har negative implikasjoner for ungdom og utvikling av identitet. Denne oppgaven vil søke å forstå om ungdom bygger opp under denne antakelsen. Undersøkelsens funn vil kunne gi indikasjoner til videre forskning for å skaffe tilveie et mer helhetlig bilde av ungdom og medier, som undersøker hvordan bruk av ulike medier påvirker identitet og selvoppfatning, og dermed holdninger og fremtidsutsikter, som i siste runde har implikasjoner for utviklingen av kultur og samfunn. I avsnitt 5.4 vil vi få et nærmere innblikk i hvordan medieprodukter ifølge Waldahl (1999) påvirker publikums holdninger gjennom mentale prosesser.

1.2 Problemstilling og forskerspørsmål

Hvis vi tar utgangspunkt i at religion og tro / åndelighet (her forstått som etiske formidlere) gir personlig forankring og et definert verdisett å forholde seg til, kan man da trekke slutninger om at slik fast forankring i definerte verdier skaper optimisme og selvtillit for ungdom i et samfunn med krav og forventninger til den enkelte? Videre, kan man finne indikasjoner på at ungdom i dag opplever et savn etter et moralsk verdisett, og at relativismen i vår tid spiller fallitt når vi kommer til behovet for faste forankringspunkter som

styringsmarkører (Taylor 2008) i et mediesamfunn hvor mange hevder at grensene for etikk og moral skyves på (Croteau & Hoynes 2006, Hjarvard 2008)? Opplever ungdom religiøst savn, noe utenfor dem selv, noe å strekke seg etter i sin konstruksjon av identitet og meningsdannelse, slik Taylor (2008) peker på? Hva tenker ungdom omkring ulike medier og verdier under press? Disse spørsmålene er fokus i oppgaven.

I tillegg er ønsket at undersøkelsen vil oppmuntre ungdommene til bevissthet og refleksjon omkring etablerte samfunnsverdier som kan virke forenende for ungdom på tvers av kulturer og religioner, og slik oppmuntre til forståelsen av at alle er bidragsytere i å gjøre samfunnet tryggere for den enkelte. Det er interessant å finne ut av hvorvidt ungdom med ulik bakgrunn slutter opp om de samme verdiene, og på den måten får vi en indikasjon på *om* de verdiene skolen formidler og samfunnet tuftes på, *har* den fellesskapsdannende og konstituerende kraft de er tiltenkt? Er det slik at skolen i seg selv og alene ikke er tilstrekkelig som verdiformidler for ungdom i oppvekst? Undersøkelsen søker å kaste lys på om ungdom mener at mediene bør fremme verdier mer eksplisitt for slik å guide kultur- og samfunnsutvikling i positiv retning, som blant annet Hjarvard (2008), Croteau og Hoynes (2006) og Ignatieff (1984) argumenterer for? På bakgrunn av teori som vil bli presentert i kapittel 3, er min påstand at mediene bør være mer oppmerksomme og ta mer ansvar for hvilke verdier og holdninger de fremmer. Oppgaven vil søke å svare på følgende problemstilling:

Hva tenker ungdom om aktuelle samfunnsverdier formidlet via mediene, og i hvilken grad mener ungdom at mediene bør ansvarliggjøres som verdiformidler, i arbeidet med å kultivere og bygge kultur og samfunn?

Svar på dette vil indikere hvorvidt ungdom, (som i denne oppgaven forstås som ungdom på videregående skole, 3. årstrinn), slutter opp under Taylors tanker om *det moralske samfunnsideal*, og medienes rolle i formidling av dette via Taylors *ekspressive språkteori*. Problemstillingen vil i tillegg bli analysert med utgangspunkt i teori om identitet og utvikling av holdninger. Teori nevnt her vil bli behandlet i kapittel 3. Den overordnede problemstillingen er operasjonalisert til følgende forskerspørsmål:

1. Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?
2. Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av etablerte samfunnsverdier, sett i lys av religiøs tilhørighet og fremtidsoptimisme?

3. Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av de ”myke” samfunnsverdiene, sett i lys av religion og religiøsitet / åndelighet?
4. Bidrar religiøs tilhørighet til fremtidsoptimisme hos ungdom?
5. Hvilke holdninger har ungdom til medienes formidling av ”politiske” verdier, sett i lys av religion og optimisme?
6. Hvilke tanker sitter ungdom igjen med etter å ha reflektert omkring verdier i media?

Med termen *etablerte samfunnsverdier* viser jeg som nevnt til verdiene som er operasjonalisert fra Opplæringsloven¹ og som skal formidles via undervisningen i norsk grunnskole og i videregående opplæring. Med termen *medier*, viser jeg til både nyhetsmedier som aviser, tv, radio og internett, og underholdningsmedier som tv-programmer, tv-serier, filmer, dataspill, internett med youtube, blogger og nettdebatter. Termen *kultivere* viser til det å utvikle / skape noe. Resten av begrepene i problemstillingen og forskerspørsmålene mener jeg taler for seg selv, men viser til analysen hvor jeg mener eventuelle misforståelser vil bli avklart.

Empiri er hentet fra en kvantitativ elektronisk spørreundersøkelse, og målgruppen er elever på 3. trinn videregående skole. Elever på 3. trinn ventes å være mer modne for å kunne reflektere over personlige og inngående spørsmål som omhandler selvfølelse, fremtidsvisjoner og verdiformidling i mediene. Som nevnt innledningsvis avslutter en relativt stor del av ungdom med minoritetsbakgrunn videregående skole uten å fullføre. Denne ungdomsgruppen er ikke med i undersøkelsen, noe som kunne bidratt til interessante funn, siden det er naturlig å slutte at elever som velger å avslutte skoleforløpet mest sannsynlig opplever lav motivasjon og mestringsproblemer, og vanskeligheter med å tilpasse seg de krav til utdanning samfunnet krever. Det er nå politisk fokus på ungdom som faller fra underveis i utdanningsforløpet, og arbeid er iverksatt for å hjelpe vanskeligstilt ungdom på videre vei i livet (Kjeøy N. 2009).

1.3 Verdiene i undersøkelsen

Vi lever i et verdipluralistisk samfunn hvor verdivalg er *relativt* for dem som ikke bekjenner seg til en bestemt religion eller tro. Som en del av en kultur hvor motstridende verdier og ideologier reflekteres i mediene, kan man forestille seg at ungdom uten et fast trossett kan oppleve både forvirring og usikkerhet omkring identitet og veivalg når det ikke formidles definerte verdier som gir retning. Kristendomsfaget i skolen slik det var før,

¹ Se operasjonaliseringen s. 4-5.

eksisterer ikke lenger, faget heter nå RLE – religion, livssyn og etikk, - og skal for å imøtekomme det flerreligiøse samfunnet ikke lenger omfatte forkynnelse av kristen etikk, moral og verdier, men heller gi en oversikt over alle de trosretninger samfunnet i dag består av. Samtidig går mange muslimske barn på koranskole, etter at de er ferdige på ”den norske” skolen. Slik kan man tenke at majoriteten av etnisk norske barn mister det naturlige grunnlaget for å bekjenne seg til tro og et definert verdisett, mens norske muslimske barn styrkes i sin muslimske tro med tilhørende verdier. Religion diskuteres oftere i mediene i dag, og ifølge Botvar og Urstad (2010) ser det ut til å være en økende forståelse for at religion har en rettmessig plass i samfunnet. De peker på at de tradisjonelle formene for religion og religiøsitet i Den norske kirke likevel er på vikende front.

Flere av analysene bekrefter at sekularisering har satt sitt preg på store deler av befolkningen. En rekke samfunnsmessige prosesser, knyttet til for eksempel demografi, geografi og arbeidsliv, bidrar til å underbygge et sekulært livssyn. Nordmenn fremstår imidlertid sjelden som sterkt religiøse eller sterkt ikke-religiøse. De aller fleste befinner seg i en mellom-posisjon, preget av åpenhet overfor visse religiøse forestillinger og praksisformer og skepsis overfor andre. Samtidig lever mange et liv der religion sjelden manifesteres i form av konkret praksis. Riktignok står livsfaseritualene fremdeles sterkt i befolkningen og Den norske kirke er en institusjon de fleste har et relativt positivt forhold til. Men gruppen som deltar regelmessig og hyppig i kirkelige aktiviteter forblir et lite mindretall (Botvar og Urstad 2011:10).

Til tross for at Botvar og Urstad (2010) viser til en nedgang i aktivt kristenliv, har kirken en grunnleggende viktig og samlende funksjon i samfunnet, som etter terroren i Norge 22/7.

Det som skjedde i Oslo sentrum og på Utøya den 22. juli i år har bidratt til å understreke Den norske kirkes rolle når store tragedier og ulykker som rammer. I slike situasjoner får mange behov for å besøke kirkene, lage blomsteraltre og tenne lys. Vi har også tidligere sett denne praksisen i forbindelse med lokale hendelser og markeringer, men aldri før i et slikt omfang som i ukene etter tragedien på Utøya (Botvar og Urstad 2011:10).

Teori i oppgaven vil vise til medienes økende fokus på religion som følge av innvandring i vestlige samfunn. Til tross for Botvar og Urstads (2011) tall som viser nedgang i aktivt kristenliv, så er kristendommen på frammarsj igjen i deler av Europa, i tillegg til at det har vært en økende interesse for åndelige verdier de siste tiårene (Hjarvard 2008, Hoover 2007). Nye tall fra SSB viser at stadig flere søker religiøs tilhørighet. Katolikkenes blir stadig flere, og tros- og livssynssamfunn utenfor Den norske kirke vokser (Jordheim 2010).

Har økt religionsfokus i mediene ført til åndelig / religiøs lengsel hos ungdom, i tråd med Hoovers (2008) tanker om at vi nå opplever en ny prosess med refleksjon, ”soul-seeking” og selvkritikk? Hvor stor andel av ungdommen bekjenner seg til religion, humanisme eller nyreligiøsitet? Dersom religion / et definert trossett ikke står sterkt blant norsk ungdom i dag, vil heller ikke religion eller et definert trossett oppfattes som rettesnor og verdiformidler slik som i tidligere tider. Med utgangspunkt i at mediene med sin stadige

informasjonsflyt fungerer som ”vår tids kirke”, både som verdiformidler og i å definere virkeligheten (Hjarvard 2008), hvilke tanker omkring verdier sitter da ungdom igjen med som følge av den medieverden de opererer innenfor, hvor tabloide aviser, MTV, sangtekster, dataspill, tv-nyheter, filmer, youtube og internasjonale blogger og diskusjonsfora på internett er en stor del av hverdagen? Opplever ungdom et savn etter definerte verdier som etisk rettesnor, og mener ungdom at mediene bør ha en rolle i dette?²

De verdiene som danner utgangspunktet for undersøkelsen er hentet fra Opplæringsloven, som ble revidert av Bostadutvalget i 2007, og er i denne oppgaven definert som *etablerte samfunnsverdier*. I arbeidet med å fastsette skolens verdigrunnlag *uten* fokus på den kristne formålsparagrafen, tok Bostadutvalget utgangspunkt i humanistiske verdier, som toleranse, nestekjærlighet, forbrødring, håp, likeverd, menneskerettigheter, rasjonalitet, uegennyttig og skapende innsats, rettskaffen og høvisk handling, likestilling og solidaritet (Bostad 2008:146). Arbeidet med hvilke verdier som skulle prege Opplæringsloven vektla at kristne verdier ikke skulle ha forrang fremfor verdier i andre religioner / livssyn, for å imøtekomme fremveksten av et mer pluralistisk samfunn. ”Den er heller en forståelsesramme for framveksten av noen fellesmenneskelige verdier som går på tvers av ulike religioner og livssyn – som trygghet, likeverd, likestilling, fellesskap og demokrati, og respekt for medbestemmelse og tanke- og trosfrihet (Bostad 2008:148).

Opplæringsloven § 1-1, Utformet av Bostadutvalget:

Opplæringa i skole og lærebedrift skal opne dører mot verda og framtida og gi elevane historisk og kulturell innsikt. Ho skal byggje på **respekt for menneskeverdet, på åndsfridom, nestekjærleik, likeverd og solidaritet**, slik desse grunnleggjande verdiane kjem til uttrykk i kristen og humanistisk tradisjon, i ulike religionar og livssyn, og slik dei er forankra i menneskerettane. Opplæringa skal fremje **demokrati, likestilling** og vitskapleg tenkjemåte. Elevane skal utvikle kunnskap, dugleik og holdningar for å kunne meistre liva sine og for å kunne **delta i arbeid og fellesskap** i samfunnet. Dei skal få utfalde skaparglede, engasjement og utforskartronge. Elevane skal lære å **tenkje kritisk, handle etisk** og ta økologisk ansvar. Dei skal ha medansvar og høve til medverknad. Skolen og lærebedrifta skal møte elevane med tillit og krav, og gi dei utfordringar som fremjar danning og **lærelyst**. Alle former for **diskriminering skal motarbeidast**. Skolen skal samarbeide med heimen.³

Tabellen under viser operasjonaliseringen av de utvalgte verdiene fra Opplæringsloven (verdiene med uthevet skrift over) som danner utgangspunktet for undersøkelsen, og derfor operer som avhengige variabler. Formuleringen av variablene er normativ, med bakgrunn i at

² Man kan si at skolen er verdiformidler, men dette er i svært varierende grad, og få kompetansemål omhandler verdier er styrende for undervisningen, som først og fremst fokuserer på pensum, læringsmål og resultater av prøver. Opplæringsloven svever over skolevirksomheten som formålsparagraf, men bare et fåtall av verdiene i denne er konkretisert i kompetansemål og læremål, noe som gjør at mange av verdiene ikke kastes lys over eller artikuleres og konkretiseres.

³ <http://www.lovdato.no/all/hl-19980717-061.html#map0>

mediene, med den påvirkning de antas å ha, kan gå foran som et godt eksempel ved å fokusere og fremme etablerte samfunnsverdier.

Tabell 1 Oversikt over operasjonaliseringen av utvalgte verdier fra Opplæringsloven til samfunnsverdier som er fokus i undersøkelsen.

Utvalgte verdier fra Opplæringsloven	Avhengige variabler
Nestekjærlighet Etisk handlemåte, Tillit og respekt, Demokrati, Tenke kritisk	1. v13 Mediene bør reflektere godhet, omsorg og ydmykhet for medmennesker. 2. v14 Mediene bør reflektere at det er galt å baksnakke eller krenke andres integritet. 3. v15 Mediene bør reflektere over nødvendigheten ved å være ærlig og oppriktig, og si unnskyld dersom noen har såret noen. 4. v16 Mediene bør fokusere på at det er galt å såre /skade andre. 5. v17 Mediene bør arbeide for betydningen av å vi se empati og det å være et medmenneske. 6. v18 Mediene bør fokusere på betydningen av å vise selvbeherskelse / kontrollere sitt sinne. 7. v19 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av ytringsfrihet og demokrati, og hvor viktig det er å bekjempe maktmisbruk på alle nivåer.
Likeverd og solidaritet, Likestilling, Motarbeide diskriminering, Åndsfrihet og likeverd, Tenke kritisk	8. v20 Mediene bør fokusere på at all form for rasisme må bekjempes. 9. v21 Mediene bør fokusere på betydningen av likestillingen og likeverd mellom mann og kvinne. 10. v22 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av likeverd og toleranse mellom ulike religioner / trosretninger. 11. v23 Mediene bør beskytte homofiles rettigheter.
Lærelyst, Engasjement, Delta i arbeid og fellesskap, Tenke kritisk	12. v24 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av at alle gjøre en innsats for å skaffe seg utdanning og jobb. 13. v25 Mediene bør fokusere på å vise respekt for lover og regler, samt arbeide ærlig og betale skatt.

Verdiformuleringene under punkt en til punkt seks vil her samlet defineres til å være ”myke” samfunnsverdier / en etisk tenke- og handlemåte, og verdiene under punkt sju til punkt tretten vil her samlet defineres til å gjelde ”politiske samfunnsverdier”.

1.4 Disposisjon

Etter sommerens (2011) terror på Utøya og i Regjeringsbygget i Oslo, var diskusjonen omkring *verdier* tydelig og omfattende i norske nyhetsmedier. Religiøse verdikrav har det siste tiåret vært gjenstand for offentlig meningsbrytning og debatt. Fokus på *hvilke* verdier som skal prege samfunnet har altså våknet til live i samfunnsdebatten. Dog har det i det teoretiske landskapet lenge vært skrevet teori om bekymringer over samfunnsutviklingen, og medienes rolle som (negativ) verdiformidler er beskrevet som sentral (Hoover 2006, Hoover 2008, Hjarvard 2006 m.fl.) Dette er forskning som er viet lite oppmerksomhet i politikk, nyhetsmedier og aktualitetsprogrammer, og offentlig debatt om medienes rolle i utvikling av kultur og samfunn har latt vente på seg. Tidligere i dette kapittelet fikk vi innblikk i Taylors (2008) tanker om *selvets moralske rom*, det *moralske samfunnsideal* og en *ekspressiv språkteori*. Kapittel 2 gir oversikt over bakgrunnen for oppgaven, med et kort skråblikk på utfordringene i samfunnet i dag, kommersialisering og religion som identitetsmarkør.

Kapittel 3 tar for seg moralske horisonter, kulturbegrepet, fremveksten av ytringsfrihet og sekularisering, individualismens bakside og fremvesten av den instrumentelle fornuft (Taylor 2008) med fokus på nyttemaksimering og profitt, men også på *atomisme* (ensomhet) og tap av mening. Videre presenteres vi for medialiseringbegrepet, som forstås som medienes inngripen i kultur og samfunn (Hjarvard 2008, Hoover 2006), og deretter gis en kort innføring i postmodernistiske samfunn preget av kommersialisering. Vi ser nærmere på stigmatiserte grupper i samfunnet i dag, og deretter presenteres verdibegrepet og holdninger (Waldahl 1999). Avslutningsvis i kapittel tre vil vi bli presentert for teori om kommunitarisme som politisk filosofi.

Kapittel 4 vil redegjøre for metodevalg og forskningsdesign, undersøkelsens utvalg, operasjonalisering, databehandling, reliabilitet og validitet, målefeil og fremgangsmåter i analysen. Kapittel 5 omhandler empiri og analyse. Her vil jeg søke på svare på problemstillingen og forskerspørsmålene, ved å referere til / utdype teori fokusert i oppgaven. Vi vil også bli presentert for teori om medier og holdningsdannelse (Waldahl 1999). Kapittel 6 gir en videre utdyping av identitetsutvikling som vil ses i lys av *kommunitarisme* og diskusjonen om *formålet med våre samfunn* (Taylor 2008). Her vil oppgavens funn diskuteres i lys av teori presentert i oppgaven, og til slutt vil jeg konkludere empiri opp mot teori. Indikasjoner til videre forskning på feltet vil bli gitt underveis i oppgaven.

2. Bakgrunn

Denne oppgaven søker å forstå den mediekulturen ungdom lever innenfor, få innblikk i verdier ungdom befatter seg med, og ved hjelp av teori vise hvordan disse utgjør det *moralske rommet* (s. 5) ungdom operer innenfor, som referansepunkt for bevisst eller ubevisst verdivalg, og dertil utvikling av holdninger og identitet. Dette kapittelet gir et kort innblikk i den delen av kulturen ungdom vokser opp innenfor slik den kommer til uttrykk i nyhetsmediene.

2.1 Flerkulturelle samfunn og religionsdebatt

Mainsah (2009:1) peker i sin doktoravhandling *Ethnic Minorities and Digital Technologies – New Spaces for Constructing Identity* på hvordan ulike medieprodukter spiller en rolle i publikums resepsjon (oppfatning) og hvordan dette påvirker konstruksjon av identitet. Videre peker han på hvordan kommunikasjons- og informasjonsmedier, herunder også interaktive og sosiale medier, i raskt tempo sannsynligvis endrer medielandskapet og kulturen i samfunnet. ”Det viktigste er at disse mediene tilbyr nye tilstander i en flom av bilder og narrativer, meninger og ideologier, og legger til rette for nye muligheter i konstruksjon av individuelle og kollektive identiteter. (...) Norge som land er fortsatt i prosessen med å bli vant til de sosio-politiske og kulturelle endringene det gjennomgår, fra å være et relativt homogent og lite samfunn til å bli et samfunn hvor rasespørsmål, etnisitet og religiøse forskjeller som følge av innvandring er en sentral del av medienes dagsorden. Få saker har fått en så fremtredende rolle i moderne europeiske samfunn som migrasjon, eller erfaringen og opplevelsen av migranter og mennesker i diaspora (Mainsah, 2009:1-3, min oversettelse). Med termen *diaspora* forstår vi religiøse og / eller nasjonale grupper som lever utenfor sine opprinnelsesland.

I 2008 viste Stewart M. Hoover til at vi ville se tydelige konturer av trender som skulle dominere kultur, samfunn og politikk i fremtiden, hvor religion som en nasjonal, regional og global kraft stadig ville gjøre seg gjeldende (2008:1). Han peker på at religioner fikk en mer fremtredende rolle i verden, og nevner to tydelige trender: fremveksten av neo-evangelisme i amerikansk politikk og den fornyede profilen til islam i global politikk som viste seg i tiåret 1970-1980 (Hoover 2008). I 1976 ble en evangelist valgt til president i USA, og termen ”born again Christian” ble tatt i bruk av journalister og intellektuelle. I 1979 ble den islamske revolusjon i Iran et signal på revitaliseringen av ”global islam” i det den direkte konfronterte amerikansk utenrikspolitikk og slik ga et kraftig symbolsk ”boost” til muslimsk identitet. Som

følge av dette fikk samfunn en ny realitet å forholde seg til, som ledet til en prosess med refleksjon, "soul-searching", og selvkritikk som fortsetter i dag i vestlige samfunn. Lenge har samfunnet blitt mer og mer sekulært. Trenden har vært at kristne i Vesten har vært i tilbakegang. Så førte store verdensendrede hendelser med kilde i religion til at religion vedvarer og dominerer mer og mer (Hoover 2008).

Angrepet i New York 9/11 og bombingene i London og Madrid, tidligere president Bush' krig mot terror, og krigene i Afghanistan og Irak har skapt utallige nyhetsoppslag med fokus på terror og frykt i norske medier. "Publikasjonen av de tolv karikaturtegningene av profeten Mohammed i Danmark i 2005 ble fulgt av en opphetet diskusjon våren 2006, som ble et dramatisk høydepunkt i (tidligere medierte) spenninger mellom det som ofte har blitt definert som den "Islamske verden" versus "Vesten"" (Eide, Kunelius & Phillips 2008:11, min oversettelse). "Konflikten som har kommet i kjølvannet av karikaturtegningene har innvirket på transnasjonale relasjoner mellom mennesker i diasporaen og deres opprinnelsesland, i tillegg til en kompleks og mektig forbindelse som holder mennesker sammen i religiøse samfunn på tvers av landegrenser" (Eide, Kunelius & Phillips 2008:12, min oversettelse). "Innvandrere, eller diasporiske individer, som lever innenfor Norges grenser, er fullt i stand til å skape og vedlikeholde transnasjonale nettverk mellom i alle fall to eller flere plasser; deres opprinnelsesland, deres nye hjemland, og av og til også til andre steder rundt om i verden" (Mainsah, 2009:3, min oversettelse). Som følge av konfliktene i kjølvannet av karikaturtegningene, ble det stilt spørsmål ved innvandrergruppenes lojalitet til det landet de bor i (Eide, 2008:13). Plaisance (2002) viser til filosofen, forfatteren og krigsreporteren Michael Ignatieff, som med bakgrunn i at globaliseringen har forårsaket / tilrettelagt for de moderne etniske konfliktene vi opplever, argumenterer for en global mediekultur, der massemedia inntar nye roller som "voktere" for moralsk engasjement i stedet for å fokusere på *konsekvensene* av etniske konflikter (Plaisance 2002:5, min oversettelse). Plaisance vektlegger Ignatieffs bekymring over hvordan mediene, særlig tv-nyhetene, fokuserer på konsekvensene av menneskelig atferd, noe som skaper og opprettholder etnisk hat, og at tv-nyhetene på denne måten oppgir sin forklarende rolle i å hjelpe publikum til å forstå årsakene bak konfliktene (Plaisance 2002:210, min oversettelse). "Nyhetene om etniske konflikter er redusert til en jakt etter de neste forsvarsløse ofrene. Den journalistiske jakten på det ideelle fortsetter, og representerer profesjonens ønske om gå å veien med minst motstand. Tv underminerer viktigheten av moralsk universalisme ved å fremme moralsk vemmelse"

(Plaisance 2002:211, min oversettelse). Ifølge Ignatieff er resultatet misantropisme (ibid:210), som i denne sammenhengen kan forklares som hat mellom menneskegrupper.

Siden terroren 9/11 2001 i New York, trykkingen av Muhammedkarikaturene i 2005 og krav fremmet av muslimer med basis i demokratiske verdier som religionsfrihet og toleranse, har debatten om ytringsfrihet, blasfemi og om islams rolle i det norske samfunnet vært fremtredende i mediene. Karikaturstriden i og etter 2006 har skapt et ideologikonfronterende landskap hvor ulike internasjonale medier sitter med makten til å definere kulturer og samfunnsmodeller ulike seg selv. Dekningen omkring *årsakene* til konfliktene har vært lite fremtredende i norske nyhetsmedier. Som publikum er vi heller vitne til en eskalerende konflikt på tvers av etniske og kulturelle skillelinjer. Eide (2008:151-155) kaster lys over termen *Occidentalism*, som henviser til det fenomenet hvor Vestlig kultur defineres utenfra. "Occidentalism er studiet av Vesten ut fra et ikke-vestlig perspektiv" (Eide 2008:153, min oversettelse). Eide henviser til Laura Nader (1989) som sier at "enkelte kommentatorer fra Midtøsten konstruerer og presenterer forestillinger om Vesten der kvinnene er portrettert som underdanige sexobjekter, utnyttet av en voksende pornoindustri, og stadig truet av sexpress, voldtekt, incest og familievold". Hun (Nader) ser disse representasjonene i sammenheng med selvrepresentasjonen av Orienten (islamske samfunn) hvor kvinner er verdsatt og hvor de kan være trygge (Carrier 1995:9, i Eide 2008:154, min oversettelse). Hoover (2006) kaster lys på samme forhold: "Noen av dem som var involvert i 9/11-angrepene og i den bredere anti-Vestlige Islamistiske bevegelsen baserte sine ideer om Vesten på inntrykk gitt av vestlige medier. Enhver som har reist mye utenfor Vesten har sett mengden av annen- og tredjerangs amerikanske filmer og tv-programmer der vold, sex, og umoral er billig og tilgjengelig innhold i filmer og tv, og resultatet er et portrett av Vesten og vestlige verdier som få i Vesten vil gjenkjenne. Media er derfor involvert i å skape, ikke bare portrettere, den moralske konfrontasjonen som noen ser at finner sted mellom islam og Vesten" (Hoover 2008:4). Samtidig portretterer enkelte vestlige kommentatorer kvinner fra Midtøsten som tildekket og tvunget til underkastelse via en dobbel seksuell standard, og som ofre for alt fra arrangerte ekteskap, polygami, og omskjæring (Eide, 2008:154, min oversettelse). Det ovennevnte bygger opp under Hoovers (2006) fokus på boken "The Clash of Civilizations", hvor Samuel P. Huntington spådde at folks kulturelle og religiøse identiteter vil være den største kilde til konflikt etter den kalde krigen. (Said 2001, sitert av Morgenbladet 2011).

Negativ mediering av vestlige verdier i et ikke-vestlig perspektiv skaper fordommer, på samme måte som negativ mediering av muslimske verdier i et vestlig perspektiv gjør det. Fordommene – negative holdninger - baserer seg på inntrykk gitt av medienes valg og vinklinger av nyheter, men kunnskap om i hvilken grad negative holdninger er legitime, og har sin rot i *virkeligheten slik den er*, kan bare skaffes til veie ved hjelp av empiri.

En tendens de siste årene er at en stor andel gutter med innvandrerbakgrunn ikke fullfører videregående skole i Norge. Opp til 5 mrd skal samlet frafall i skolene koste samfunnet hvert år, ifølge forsker (Sandmo 2010). Undersøkelsen søker blant annet å kaste lys over om muslimer *er* så negative til etablerte samfunnsverdier som en slik mediering over skulle tilsi.⁴

Europeisk religionsdebatt som følge av mediering og følgene av den *kan* ha forårsaket en tilstand av frustrasjon og følelse av håpløshet som har ført til anomiske tilstander.⁵ England opplevde svært voldelige ungdomsopptøyer i august 2011 (Gjestad & Kemp 2011), det samme gjorde Frankrike i november 2005 (Reinertsen & Gabrielsen , 2005). ”– Hele Europa er i den samme økonomiske krisen, med arbeidsplasser som flytter østover – til nye medlemsland eller til Kina. Det resulterer i arbeidsledighet og større forskjeller innenlands, som rammer innvandrerne hardest (Reinertsen & Gabrielsen 2005). I 2005 og 2007 opplevde Nørrebro i København ungdomsopprør. I 2008 kom det til voldsomme opptøyer i Malmø etter at politiet hadde intervenert i et sårbart miljø med mye frustrasjon og oppmagasinert samfunns-hat (Risholm 2011). Etniske grupper i opposisjon til samfunnet viser seg å være et problem i flere land i Europa noe som har medført at statlige ledere som Angela Merkel (Tyskland), Nicolas Sarkozy (Frankrike) Og David Cameron (Storbritannia) setter ideologier og kulturel relativisme på dagsorden. På den årlige sikkerhetskonferansen i München tok David Cameron i 2011 et oppgjør med multikulturalismen i Storbritannia i det han sier at ”Det flerkulturelle samfunnet har feilet” og ”Storbritannia må bygge en sterkere nasjonal identitet” (Værvågen 2011). Cameron snakker her om en redusert kollektiv identitet, som følge av multikulturalisme, hvor ulike kulturer lever atskilt fra hverandre i segregerte samfunn side om side, med andre verdier enn de Storbritannia og andre vestlige land er tuftet på. Cameron

⁴ Se kapittel 5, avsnitt 5.5 og 5.6

⁵ Se kapittel3, avsnitt 3.3.

avslutter sin tale med å peke på at vi alle har et ansvar i å motarbeide ideologibasert terrorisme. Han taler for en bredere visjon som samler borgere innenfor samme land.⁶

Terroren i New York 09.11.01 skaket store deler av verden, og videre skapte det global oppmerksomhet da Anders Behring Breivik 22.07.11 via to terroraksjoner, iscenesatte seg selv som korsfarer og beskytter av vestlige verdier som reaksjon på muslimsk innvandring, og verdikamp i kjølvannet av dette. Utfordringen i dag er å søke å forstå kildene til den globale konflikten som har utspunnet seg, og forsøke å arbeide for utviklingen av samfunn som fungerer på tvers av religiøse og / eller kulturelle forskjeller. I kapittel 3 vil vi se nærmere på medialisering av kulturen og de implikasjoner dette medfører (Hjarvard 2008), sett i lys av ”konstruksjon av religion som et sosialt problem” (Hjelm 2006:64-66).

2.2 Kommersialisering av mediene

Over har vi fått et innblikk i den multikulturelle konteksten vi opplever i dag, hvor ulike kulturer lever side om side innenfor det samme samfunnet, og hvor spørsmålet om *verdier* er sentralt. En annen side ved kultur og samfunn i moderne tid er *kommersialiseringen av mediene*, som har ført til en evig kamp mellom ulike medieaktører om lesere, seere og lyttere, i jakten på avkastning i form av kapital til eiere og investorer, og hvor suksess måles i økonomisk avkastning fremfor god samfunnsutvikling. Redaksjoner med færre ansatte skaper færre utgifter i budsjettene, men resultatet kan raskt bli en forflatning av meningsinnhold, til dels ukritisk publisering av informasjonspakker fra ulike bransjer og samfunnsaktører, i tillegg til mer overflatisk nyhetsdekning enn det som hadde vært tilfelle dersom man hadde satset mer på gravende journalistikk, for eksempel i tråd med Ignatieffs tanker, hvor fokus på *årsak* til konflikter og aktuelle *løsninger* på dem, hadde fått dominere nyhetsbildet, noe som tilsynelatende hadde medført et mindre ideologikonfronterende klima. Løssalgssavisene konkurrerer om lesere med tabloide oppslag, noen vil hevde med ensidig fokus på personkonflikter, kriminalitet, vold og sex ser ut til å appellere i stor grad, men også omdømmeorientering og personangrep viser gode salgstall. Tv-underholdningsbransjen har det siste tiåret livnært seg godt på lavtbudsjetterte realityprogrammer, igjen med fokus på sex og vold, og hvor grensene for moralsk atferd og integritet stadig skyves på (Hoover 2008, Hjarvard 2008, PTC 2002), noe som i enkelte miljøer betraktes som god underholdning. Igen sikres høye seertall, annonsører og dermed økonomisk avkastning. Videre har industrien med aggressive og voldelige dataspill vokst, og blitt en populær fritidssysssel for mye ungdom og

⁶ Vi kommer tilbake til tanken om en bredere visjon som samler borgere innenfor samme land i avsnitt 3.8.

unge voksne. Forskning viser til at voldelige filmer og dataspill kan skape reduksjon i empati og økt aggressivitet (Bushman, Anderson 2011).

2.3 Religion og identitet

Sentralt i hele den politiske og religiøse debatten Norge opplever nå, er menneskers konstruksjon av *identitet* og tilhørighet i samfunnet. Identitet er et vidtfavnende begrep, og favner både om kultur, religion og nettverk på den ene siden, og forståelseshorisonter og fortolkningsrammer på den andre. Sosialisering, refleksivitet og verdiorientering er en sentral del av identitetsutviklingen, i dette ligger hvilke forhold man anser som viktige og betydningsfulle og hva som gir mening i tilværelsen (Hjarvard 2008, Hoover 2006, Taylor 1989 og 2008). Tilhørighet gir identitet, og skapes blant annet ved å assosiere seg med bestemte grupper og kulturer innad i samfunnet. Når ideologiene tilspisses kan det hende at også identitetsmarkørene skjerpes. At det oppstår aggressive polariserte grupper i uenighet med hverandre i samfunnet er lite fruktbart dersom trygghet, orden og samarbeidende fellesskap er målet.

Til tross for religionsdebatt og stadig større fokus på religion det siste tiåret, er store deler av samfunnet sekularisert, hvor demokrati som styringsform har tatt plassen for kristendommens tidligere hegemoni over samfunn og liv (Hjarvard 2008, Taylor 2008). Som følge av kirkens minskende makt gjennom historien, og medienes overtalekse av samfunnets kollektive bevissthet, er individet overlatt til seg selv i å forme sin identitet, sette rammer rundt seg selv, og definere et personlig ståsted (Hjarvard 2008, Taylor 2008). Det er nærliggende å tro at dette særlig gjelder dem som ikke bekjenner seg til religiøsitet / åndelighet. Religiøse mennesker har et mer definert verdisett å styre etter, noe som i denne sammenhengen oppfattes som positivt og som gir forankring. Dog, andelen av den norske befolkningen som er medlemmer i statskirken er lavere nå enn tidligere, noe som skyldes økt innvandring, men også utmelding. ”Fra 1980 til 2007 har det vært en nettoutmelding fra kirken på 141000 personer (www.kirken.no). Bare i 2007 meldte om lag 8300 seg ut” (KOSTRA: Kirke 2008) Daugstad og Østby 2011). Muslimer oppfattes å ha et tett forhold til sin religion. ”Religion er viktigere for innvandrere enn for andre, og viktigst for muslimer, (...). Undersøkelsen av levekår blant unge med innvandrerbakgrunn omfattet de samme problemstillinger. Her ble det blant annet gjort det funn at unge menn med pakistansk bakgrunn er mer religiøst aktive, enn foreldregenerasjonen (Løve 2008:70-71, sitert av Rolland 2011). Det er interessant at unge menn er mer religiøst aktive enn sine foreldre, og

kan ha sammenheng med det Khan-Østrem peker på i sin artikkel *Kampen om islams hjerte*, hvor hun peker på reformkreftene innenfor islam i dag, muslimsk identitet og hvordan muslimer har ”gjenoppdaget sin egen religion og med dette skapt en dynamisk og internasjonal *ummah* som diskuterer hvem de vil være og hvilke verdier de vil representere” (Khan-Østrem 2008:49-51). Hun peker på muslimenes syn på vestlige verdier i det hun viser til muslimsk ungdom på let etter et religiøst ståsted: ”Fremmedgjort av både våre foreldres opprinnelige kultur og av den postmodernistiske sekularisme, der verdier virker å være substansløse, er det flere av oss som er på jakt etter røttene til vår religiøse arv” (Khan-Østrem 2008:50). Hun peker videre på at muslimsk identitet er en sosial konstruksjon og at muslimer i dag stiller seg spørsmålet om ”hvilken islam er det jeg bekjenner meg til?” (ibid.55), samtidig som hun peker på kampen om ”islams hjerte” foregår mellom to fløyer: ”På den ene siden finner vi kreftene som ønsker å bevare islam i en arkaisk modus og derfor tviholder på forestillingen om at det finnes *dar al-Islam* (islams hus) og *dar al-harb* (krigens hus). Et eksempel på dette er Hizb ut-Tahrir, en verdensomspennende og kontroversiell sunni-bevegelse som ønsker å samle alle muslimske land til et kalifat. I motsatt ende finnes de som forfekter en fleksibel islam, der demokrati, full likestilling og kapitalisme er naturlige komponenter hos en europeisk eller amerikansk muslim” (Khan-Østrem 2008:51). I hvilke retninger unge norske muslimer utvikler sin identitet, er vanskelig å si, men med bakgrunn i at identitet er en sosial konstruksjon, så vil det *moralske rommet* (sosiale, politiske, religiøse og kulturelle rammer, se kapittel 1.1) individet befinner seg i, ha avgjørende betydning for hvilke verdier man bekjenner seg til, og i hvilken retning identitetsutviklingen tar. Dette gjelder i samme grad etnisk norsk ungdom, som i dag vokser opp i et flerkulturelt samfunn hvor verdidebatter og konflikter preger nyhetsbildet, i tillegg til det ”moralske rommet” ungdom befinner seg i, hvor filmer, dataspill, internett og sosiale medier er en del av hverdagen. I tråd med Hoovers (2008) tanker om trender i tiden som viser refleksjon omkring identitet, ”soul-searching” og selvkritikk, kan vi i denne sammenheng si noen ord om nyreligiositet. Vi vil komme tilbake til en mer utførlig diskusjon omkring utvikling av identitet i kapittel 6.

3. Teoretiske perspektiver

Dette kapittelet vil ta for seg teori som behandler det postmoderne samfunnet, med fokus på moralske horisonter, fremveksten av ytringsfrihet, medienes utvikling og rolle i dag, verdier i mediene og menig for den enkelte.

3.1 Moralske horisonter

I forrige kapittel fikk vi en kort oversikt over noen kjennetegn ved kulturen i dag. Stikkord som kan nevnes er: *flerkulturelt samfunn, ungdomsopptøyer, kommersialisering av medier, verdier, islam i endring, polariserte vinklinger og tabloidisering, underholdningsmedier og voldelige filmer og dataspill, utvikling av identitet, religion som verdiformidler, verdisyn og mening, det moderne selvet og selvets moralske rom og avslutningsvis bevissthet omkring etablerte samfunnsverdier*. Førstesiden på Aftenposten 06.11.11 viste til ordfører kandidaten for Frp som trakk seg etter nettsjikane. ”Trakassering og sjikane på Internett er et økende problem, også blant voksne. Politiet har ikke ressurser til å følge opp sakene. ... Siden 2005 har antallet rene mobbesaker økt med 40 %” (Aasheim 2011). Mobbing i skolen er også et økende problem⁷.

Oppsummert kan vi se en tendens til at menneskelig atferd til en viss grad preges av mangel på etiske retningslinjer, hvor individer ”går løs” på hverandre i større utstrekning nå sammenliknet med tidligere. ”Jeg vil ikke konstatere en generell svartmaling av samfunnsutviklingen, men jeg konstaterer at vi på noen områder ser en svekket moralsk bevissthet” (Ottosen 2008:78). Ottosen peker på at norske medier forteller stadig oftere om mennesker som forteller at de ikke angreir på noe, og stiller spørsmålet: ”Og hva slags budskap formidles gjennom bekjennelsen: ”Jeg angreir ingenting”? ” Dette og forhold nevnt over kan henstille til de ”substansløse” verdiene som preger postmodernistiske sekularisme, som Khan- Østrem (2008) var inne på i innledningen. Ottosen (2008:71-75) peker på at manglende skyldfølelse er et problem i samfunnet i dag, og stiller spørsmålet om mangelen på anger er et resultat av individualisering og sekularisering. I kontrast til bekymringen om fravær av anger viser han til den svenske coachen og forfatteren Mia Törnblom, som i sine storselgende bøker om menneskers selvfølelse hevder at en viktig nøkkel til å oppnå god og sunn selvfølelse er å ta avstand fra anger. For Törnblom handler motstanden mot anger om å ta vare på menneskers selvfølelse. Utgangspunktet er at mennesket i dag trenger bedre

⁷ http://www.vg.no/sok/?cx=015634516869086376308%3A1qmjfqhdx8m&cof=FORID%3A10&ie=iso-8859-1&q=mobbing+i+skolen&searchsource=source_vgn&siteurl=www.vg.no%2Fsok%2F%3Fq%3Dmobbing%2Bi%2Bskolen%26soksubmit.x%3D0%26soksubmit.y%3D0#1362

selvfølelse og selvtillit. Da blir anger også noe destruktivt, noe som trykker mennesker ned, og løsningen er å se på sine feiltrinn som noe man kan lære av. En slik innstilling går på bekostning av verdiene medfølelse og empati, og preges en kultur av disse manglene, er det ikke rart at Törnblom viser til at mennesket trenger bedre selvfølelse. Ved å ta avstand fra anger, tar man også avstand til det ansvaret enhver må inneha for å bidra til et fellesskap preget av tillit, anerkjennelse, trygghet og vennskap. NRK begynte høsten 2011 dokumentarserien *Overeksponert* som tar for seg hvordan enkeltpersoner opplever å være gjenstand for medienes tøffe oppmerksomhet, og hvordan dette negative medietrykket fører til personlige tragedier, stikk i strid med pressens ”selvjustis” som fordrer varsomhet overfor enkeltindivider som offentliggjøres. Serien omtales i Aftenposten under overskriften ”NRK lager medieoffer-TV” (Henriksen 2011). Når mediene reflekterer og tabloidiserer slike holdninger, legitimeres og forsterkes innstillingen om å ta avstand fra anger, med dårligere miljø på arbeidsplasser og skole- og klassemiljø som resultat. Økende personangrep og mobbing i ulike fora kan tenkes å være et resultat av at verdier som respekt, nestekjærlighet og ivaretagelse av hverandres selvfølelse har dårlige kår i enkelte tabloidiserte medier, samt i ulike realityprogrammer hvor fokus er relasjoner, personkonflikter og maktkamper, og målet er å sette deltakerne ut av spill som følge av bevisst sosial manøvrering, i tillegg til andre medier ungdom benytter seg av. Når økonomisk vekst fører til at medieprodukter blir industrivarer (Hjarvard 2008) på bekostning av moral og det gode liv, er faren til stede for at samfunnet reflekterer de verdiene mediene publiserer. Hvorvidt ungdom støtter opp under synspunktet til Ottosen om en ”svekket moralsk bevissthet” i samfunnsutviklingen, vil vi komme tilbake til i analysen.

I temaet om en svekket moralsk bevissthet i samfunnet er Ottosen i godt selskap med Charles Taylor (2008), men Taylor ser bort fra religiøsitet som bidrag til moralsk refleksjon og atferd, og peker på det attende århundrets oppfatning om at menneskelige vesener er utstyrt med en moralsk sans, en *intuitiv følelse av hva som er rett og galt*. Han utdyper videre at oppfatningen gikk ut på at det å forstå rett og galt ikke er et spørsmål om tørr beregning, men noe som er forankret i følelsene våre. ”Moral har, på en måte, en indre stemme” (Taylor 2008:39). Videre peker Taylor på at det er viktig å være i kontakt med sine moralske følelser som et middel til å handle rett, som en premissleverandør for at vi skal oppnå å være ekte og fullverdige mennesker. ”For å se hva som er nytt i dette, må vi få øye på analogien til tidligere moralske oppfatninger, der det å være i kontakt med en kilde, for eksempel Gud eller ”det godes idé”, ble betraktet som en essensiell del av fullverdig eksistens. Men nå blir denne

kilden som vi skal få kontakt med, noe som befinner seg dypt inne i oss selv” (ibid.40). Taylor viser til Rousseau som sier at moral dreier seg om å følge naturens stemme inne i oss. ”Vår moralske frelse kommer gjennom at vi gjenfinner autentisk moralsk kontakt med oss selv” (ibid.41).

Med utgangspunkt i at religion ikke spiller en særlig sterk rolle i mange nordmenns liv, gir tankene til Taylor oss håp om at det er mulig å arbeide for å gjenopprette en, i visse miljøer, begynnende ”svunnen” moral, som Ottosen er inne på, i godt selskap med internasjonale ledere som vi skal tilbake til senere. Taylor peker på at moderne moralfilosofi har gitt en noe trangsynt fokus på moral som noe som er *riktig* å gjøre, fremfor hva som er *godt å være*, hvor fokus er på forpliktelse og tvang fremfor selve ”naturen av det gode liv”, med fokus på det *indre ønsket om å være god* (Taylor 1998:3, min oversettelse). Taylor peker på viktigheten av kvalitative distinksjoner, og viser til at disse distinksjonene er underliggende for våre moralske utsikter (Taylor 1989:88, min oversettelse). Han argumenterer for at moralske diskusjoner bør dreie seg om det *gode a priori* fremfor diskusjonen om hva som er *riktig*, fordi det *gode*, når det *artikuleres*, vil vise til hva som er riktig (Taylor 1989:89, min oversettelse). Taylor argumenterer for at moral, siden termen er forbundet med forpliktelser og forventninger, har fått en restriktiv og forstyrrende effekt på vår moralske tenkning og sensibilitet (ibid.89), og peker på at det nå handler om å oppøve evnen til å lytte til den indre stemmen, i stedet for å la den gå tapt (Taylor 2008). I denne sammenhengen viser Taylor til det moralske samfunnsidealet, *Autensitetsidealet* (avsnitt 1.1), idealet om ektehet, og viktigheten av å artikulere viktige verdier og idealer i debatten om det gode liv og samfunnet vi ønsker oss, som en definert standard individet retter seg etter i arbeidet med å skape et meningsfullt liv. Problemet i dag, er ifølge Taylor ”nøytralitetens liberalisme”, hvor moral blir mer eller mindre en subjektiv privatsak, noe som etterlater individet alene i å finne mening og definere seg selv (Hjarvard 2008). Taylor hevder at myk relativisme svikter den moralske innsikten, og fører til en likegyldighet overfor alt som overskrider en selv, fortiden forkastes som irrelevant, og borgerrettslige krav, solidaritetsplikter og miljøforpliktelser avvises (Taylor 2008:36). ”(...) et liberalt samfunn må være nøytralt i spørsmål om hva som ligger til grunn for et godt liv, og resultatet er at diskusjonen av det gode liv fordrives til utkanten av den politiske debatten. Resultatet av dette er at et av kulturens konstituerende idealer blir særdeles utydelig artikulert” (Taylor 2008:32). Som alternativ og løsning avviser Taylor subjektivismen, og peker på nødvendigheten av ”å gjøre styrken i de idealene som folk allerede lever etter, mer følbar og levende, og dermed

styrke deres evne til å leve opp til dem på en mer fullstendig og integrert måte” (Taylor 2008:37). ”(... autensitet bør tas på alvor som et moralsk ideal. ... Det jeg tilbyr er mer et bilde av et ideal som har forfalt, men som i seg selv er verdifullt og likefrem nødvendig for moderne mennesker. ... Det vi trenger er et restaurasjonsarbeid som kan bidra til at vi bygger opp igjen våre sosiale liv (Taylor 2008:37). I forlengelse til dette vil jeg definere fellesskapsverdiene fremmet i Opplæringsloven som konstituerende verdier, eller idealer, for kulturen. Hvorvidt vi kan si noe om i hvilken grad ungdom støtter opp under teori om å artikulere disse kulturens konstituerende idealer, som Taylor beskriver som en *ekspressiv språkteori*, vil bli forsøkt besvart via forskerspørsmål 2, 3, 5 og 7.

3.2 Hva er kultur?

Termen *kultur* er gjennomgående i denne oppgaven, og det er derfor på sin plass med en definisjon. Jeg vil vise til Mainsah’s definisjon av kultur som noe som produseres og konsumeres i menneskers sosiale samhandling (Mainsah 2009:8). ”På den måten vil alle kulturelle artefakter og praksiser være situert innenfor sosiale relasjoner hvor produksjon og resepsjon foregår, og slik blir kulturer produsert og konsumert, forstått og tolket. Denne forståelsen av kultur argumenterer for at alle kulturelle praksiser, - om det er i form av å se på tv, lese aviser, eller produsere tekster online – i spesifikke historiske situasjoner bidrar til å kaste lys over hvordan kulturell praksis reflekterer eller reproducerer konkrete sosiale relasjoner og forhold, eller utfordrer og endrer dem” (Mainsah 2009:8, min oversettelse). Begrepet kultur vil bli ytterligere utdypet i kapittel 3.4 som omhandler teori om medialisering og dertil endring av kulturen, (medialisering forklares med hvordan mediene setter sitt preg på kultur og samfunn), og i kapittel 3.5 som viser til teori om kommersialisering av mediene og dermed også kulturen.

Språkrådet⁸ opererer med flere ulike definisjoner på termen, og jeg trekker fram følgende to definisjoner: 1) resultatene av en periodes, et samfunns, en gruppes samlede åndelige og materielle virksomhet, ofte særlig om vitenskap, opplysning, kunst, litteratur, religion osv, 2) holdninger, verdier og normer som er rådende hos en viss gruppe mennesker, i en organisasjon, en etat e l. Verbet *kultivere* har følgende definisjon i samme ordbok: å utvikle, forfine, (ut)danne. Kultivere vil derfor si å være i forkant, skape og utvikle noe, og da har man gjerne en plan for hva man vil utvikle. Termen kultur i denne oppgaven vil vise til *resultatene* av menneskenes handling. Avslutningsvis vil vi betrakte termen kultur i

⁸ <http://www.nob-ordbok.uio.no/perl/ordbok.cgi?OPP=kultur&sourceid=Mozilla-search&>

tilknytning til verbet *kultivere*, altså med blick på noe planlagt, noe som skapes og utvikles, i denne sammenhengen i tilknytning til offentlig diskusjon om *det gode liv* og *formålet med våre samfunn*, presentert av Taylor (2008).

I forsøket på å forstå kulturen i dag, for å få *et bilde* av den virkeligheten vi beveger oss i, er det nødvendig å hente inn teori som beskriver den. Når vi har fått et nødvendig overblikk, vil vi sitte igjen med en forståelseshorisont og en fortolkningsramme som gir oss nødvendig innsikt når vi prøver å forstå ungdom og deres opplevelse av seg selv, hvordan de orienterer seg i forhold til verdier og fremtidsutsikter og slik prøve å tolke utfordringene de har for å finne sin plass og i å definere seg selv. En del av det teoretiske rammeverket som presenteres her, vil derfor fungere som bakgrunnsmateriale, og ikke nødvendigvis bli trukket inn i analysen, selv om det vil bli berørt i konklusjonen. Teori som primært vil bli brukt i analysen vil bli presentert i dette kapitlet, og vil bli drøftet mer inngående i analysekapitlet.

Kapittel 1 og 2 har minnet oss om trekk og utfordringer ved samfunnet som vi står overfor i dag. Innvandring av folkegrupper med et annet verdisyn enn hva det norske er tuftet på, har medført fokus og diskusjoner omkring kulturer, ideologier og verdier i mediene, og terror fra hver sin religiøse pol er en del av bildet. Fra å være et relativt sett homogent samfunn, er Norge siden arbeidsinnvandringen som tiltok i 1980-årene blitt et flerkulturelt og verdipluralistisk samfunn. I tillegg er kulturen kommersialisert, noen vil hevde at konkurranse, konflikter, materialisme og profitt er de "bærende verdiene" som formidles via kommersielle medier, på bekostning av samfunnsoppbyggende verdier som anerkjennelse, medmenneskelighet og samarbeid. Dersom man vil definere ungdomsopptøyer, økt mobbing og kriminalitet og terror som tegn på en kultur i forfall, så kan vi hevde at grunnleggende verdier er i fokus. Samfunnsverdier i postmodernismens tid oppfattes av (noen) muslimer som "tomme og substansløse" (kapittel 1). Som Kong Harald formulerte det i sin tale under den nasjonale sorgseremonien 21.august 2011: "Vi er vekket til en ny bevissthet om hva som virkelig betyr noe for oss" (Winger 2011). Hvordan kan man imøtekomme utfordringene til alles felles beste? Er det realistisk å tro at samfunnet en dag vil fremstå som trygt og velfungerende, med positive motiverte aktører? Resten av oppgaven vil forsøke å svare på disse spørsmålene ved hjelp av utvalgt teori.

3.3 Religion, funksjonalisme og holdninger

Innvandring og religionsdebatten det siste tiåret har gitt termen *religion* ny aktualitet. Rolland (2011) har på oppdrag av SSB gjort en behovsanalyse av statistikk om religion, tro og livssyn, gjorde i den forbindelse et søk på forekomsten av ordet "religion" i ATEKST, for å illustrere hvor opptatt offentligheten er av fenomenet. Søket den 30.04.10 viser at "ordet "religion" i kategorien "norsk papir" siste 365 dager ga treff i 4699 artikler. Ordet "ideologi" ga 1511 treff, ordet "vitenskap" ga 1826 treff. Ordet "religion" ga med andre ord nesten halvannen ganger så mange treff som ordene "ideologi" og "vitenskap" til sammen (Rolland 2011). Religion har altså fått en framtrædende rolle i samfunnsdebatten, og er sentral i mange menneskers identitet.

Hvorvidt religion fungerer som et middel til sosial integrasjon i en sosialt sammenflettet gruppe, eller om det er religionen som i utgangspunktet er det bindende leddet i gruppen, er vanskelig å svare på, men selvoppfatning, identitet, tilhørighet og religion bør ses under ett for å forstå dagens flerkulturelle samfunn. Ifølge Hoover (2008) vil religion vise seg som en omfattende global kraft som vil prege debatten i vestlige samfunn. Religionsdebatt i sammenheng med ytringsfrihet har det siste tiåret preget mediebildet. I sin undersøkelse om folks mediebruk i tilknytning til religion, tar Hoover (2006) utgangspunkt i Clifford Geertz' teoretiske rammeverk. Geertz tar et *funksjonalistisk* utgangspunkt og beskriver religion som

1) et symbolsystem som 2) etablerer en mektig, overtalende og langvarig følelse og sinnsstemning i mennesker ved å 3) formulere ideer for en generell eksistensiell orden og 4) ikle disse ideene med en egenskap som gjør at 5) følelsen og sinnsstemningen oppfattes som unik og realistisk (Hoover, 2006: 23, min oversettelse).

Denne definisjonen viser til religion som rammeverk for en generell eksistensiell orden i samfunnet. Symbolene, som vi kan forstå som religiøse verdier, representerer religionen og blir viktige å bevare, i det å skape en mektig og langvarig følelse og sinnsstemning, hvor visse egenskaper knyttes til sinnsstemningen slik at den oppfattes som unik og realistisk. Sandrup (2008:15) viser til hvordan religiøs orientering for innvandrere (tyrkere) fungerer som premissleverandør for fellesskap og sosiale nettverk via foreninger hvor religion og lik bakgrunn er det bindende limet. "De fleste jeg har hatt kontakt med, har i dag tilhørighet til foreninger basert på religion eller opprinnelsesområde. Foreningene har vært viktige i formidlingen av religionskunnskap, tilbudt et språkfellesskap, samt kulturelle aktiviteter som folkedans, og lyrikk-, historie og musikkundervisning (Sandrup 2008:18). Videre sier hun: "På spørsmål om hva som er mest betydningsfullt ved tyrkisk kultur er svaret

ofte ”familiebåndene”, og på denne måten blir identitet som ”tyrker” uløselig knyttet til familietilhørighet. Hvis du svikter dine familieforpliktelser, setter du samtidig familiens videreføring på spill – og i andre øyne viser du da manglende kulturell tilhørighet. Det å vise i tale og handling at man verdsetter og respekterer familietradisjonene, er et viktig aspekt ved etnisk identitet, og dermed rettigheter til gruppedlemskap” (Sandrup, 2008:15). Hjarvard (2008) velger i sin analyse av det danske samfunnets forhold til religion en mer substansiell definisjon av religion, og argumenterer for at en definisjon som utelukkende konsentrerer seg om det religiøse innhold, vil gjøre det mulig å belyse forandringer i selve trosinnholdet. Det vil på denne måten være mulig å forstå religion både som et psykologisk forhold (individuell tro), og som et sosiologisk fenomen (religiøs interaksjon og organisasjon) (Hjarvard, 2008:165). Hjarvards definisjon lyder som følger: *Religion er menneskelig atferd, forestillinger og symboler knyttet til overnaturlige handlingsagenturer*. Han er inspirert av kognitiv religionsantropologi og –psykologi og viser i den forbindelse til Barret (2004) og Boyer (2001), hvor han peker på at et viktig poeng i kognitiv religionsantropologi og –psykologi, er at religiøse forestillinger er et resultat av menneskets alminnelige psykologi (Hjarvard, 2008:168).

Definisjonen nevnt over kan passe til alle de religionene vi kjenner godt til, som kristendommen, jødedommen, islam, hinduismen, buddhismen, men også til andre, mindre kjente religioner. Definisjonen vil også passe godt til termen *nyreligiøsitet*, som ifølge Kraft (2011:13) omfatter ”mye av modernitetens verdier i helliggjort form – frihet, individualisme, likestilling, toleranse og omsorg for Moder Jord”. Nyreligiøsitet er vanskelig å definere konkret, man plukker til seg det som passer for seg, og mange eksperimenterer. Ifølge Kraft blir det som å plukke fra et koldtbord, det dreier det seg blant annet om yoga og meditasjon, reinkarnasjon og karma, i tillegg til selvutvikling, holisme og *det naturlige*. I tillegg kommer healing, klarsyn, energi, magi, engler, åndelige hjelpere og tankens kraft. (Kraft 2011) ”New Age-universet består av energier, og disse energiene – og at de flyter fritt og uhemmet – er avgjørende på alle nivåer og for alle mulige problemstillinger” ... ”Energikonseptet er blant annet avgjørende for forståelse av sykdom og helse ...” (Kraft 2011:44). Kraft (2011:28) viser til Teosofisk samfunn, og peker på at det eneste medlemmene må slutte opp til er tre formål, som er obligatoriske, og jeg vil i denne sammenhengen vise til formålene som *verdier* man samler seg rundt: 1. Å danne en kjerne av menneskehetens universelle brorskap uten hensyn til rase, tro, kjønn, samfunnsstilling eller farge; 2. Å oppmuntre til sammenliknende studier i religion, filosofi og vitenskap; og 3. Å undersøke naturens skjulte lover og menneskets latente

krefter. Innenfor nyreligiøsitet er individet tuftet på en evig, guddommelig og tilgrunnliggende instans (Kraft 2011:37), og det handler om personlig og spirituell utvikling, alternativ medisin, økologi, global bevissthet, alternative livssyn og et mer helhetlig verdensbilde” (Kraft 2011:39). ”Nyreligiøsitet lar seg fint kombinere med andre og mer etablerte religioner, deriblant kristendommen” (Kraft 2011:124).

Nyreligiøsitet føyer seg fint inn i terminologien Lundby (2006) bruker når han beskriver relativismen i forhold til hellighet. I følge Lundby er *hellighet* et relativt begrep, alt avhengig av hva som representerer det hellige og hvilken resepsjon (oppfatning) mottakeren opplever. ”Alle symboler er kulturelle symboler, og presentert gjennom media, medierte (endrede) kulturelle symboler” (Lundby, 2006:45). Lundby viser til James L. Cox og sier at mottakeren ikke mottar det hellige i seg selv, men *manifesteringen* av det hellige, som blir hellig for han eller henne fordi vedkommende selv legger hellighet i det (Lundby, 2006:46, min oversettelse). Ting oppfattes som hellige i forskjellige kulturer fordi mennesker legger verdi i dem på en grunnleggende måte, eller fordi de symboliserer verdier for det samfunnet, eller fordi de bidrar til en fundamental måte å betrakte verden på (Fitzgerald 2000, sitert av Lundby, 2006:47, min oversettelse). Det hellige må altså analyseres ut fra hvilken *substans* de er tillagt, den betydning de har i samfunnet, og ikke minst den resepsjon mottaker opplever. Videre sier Lundby at hellige objekter blir antatt å være nettopp hellige objekter, ikke fordi de er hellige i seg selv, men fordi de innehar en symbolsk makt som kan kobles til det hellige. Slik kan vi si at hellige objekter derfor innehar en funksjon i å lede bevisstheten mot det hellige. Hellighet blir i denne sammenhengen derfor et relativt begrep.

3.4 Ytringsfrihet

Retten til å kunne ytre seg fritt i et friskt meningsunivers uten forfølgelse er selve grunnfjellet i demokratiet, for å forhindre undertrykkelse og maktmisbruk, men også for at enhver skal kunne prøve ut sine meninger i offentlig debatt med andre, i søken for sannhet og rettferdighet. Ytringsfriheten er beskyttet ved lov: ”Grunnloven § 100 skal lyde: Ytringsfrihed bør finde Sted” (Lovdata.no).

Oppfatningen om at ytringsfrihet er en verdi i vestlige demokratier, og langt på veg representerer den vestlige ideologi, er utbredt, både blant etnisk vestlige og blant muslimer. Basim Ghazlan (2008) peker på at det i debatten omkring ytringsfrihet er skapt et skille mellom ”det muslimske synet” og ”det norske synet” på ytringsfrihet, og at disse er blitt konstruert som motpoler til hverandre. Ghazlan argumenterer for at ytringsfrihet ikke

utelukkende er en vestlig verdi, og viser til reaksjonene etter at informasjonsministrene i de arabiske land ble enige om å ”straffe nyhetsstasjoner som ”skader nasjonal harmoni, nasjonal enhet, offentlig ro og orden eller tradisjonelle verdier”. Vedtaket ble sett på, også i den arabiske verden, som et forsøk på å hindre utviklingen. Lederartikkelen i den innflytelsesrike avisen Al-Quds al-Arabi kommenterte hensiktene bak disse vedtakene slik: de vil kneble arabiske røster som krever frihet, respekt for menneskerettighetene, åpne og direkte valg, en rettskaffen og uavhengig dommerstand, og en rettferdig fordeling av velstand” (Ghozlan, 2008:93). Ghozlan peker videre på at ”slik sensur på ytringer hemmer utviklingen, beskytter korrupsjon og dreper initiativ hos befolkningen. Derfor har det vært viktig for muslimske reformister å fremme ytringsfrihet og mane til toleranse for de meningene man ikke liker å høre. (...) Det kan derfor ikke aksepteres at noen, i islams navn, setter munnkurv på folk eller kveler deres rett til å ytre sine meninger” (ibid.93). Ghozlan får langt på vei støtte av Khan-Østrem i å vise til at det bildet av islam som er portrettert i mediene langt fra er representativt, både når det gjelder ytringsfrihet og andre verdier man oppfatter som vestlige, i det hun fokuserer på islamsk humanisme: det er ”gjennom kunnskap om egen kultur og historie at man blir i stand til å argumentere for nytenkning og ikke minst for revitalisering av det man ser som islams opprinnelige verdier. Medina-erklæringen viser med klarhet at menneskerettigheter er en integrert del av islam og ikke en vestlig konstruksjon som islam må tilpasse seg utfra såkalt vestlige verdier. Ifølge erklæringen har ikke-muslimer like politiske og kulturelle rettigheter med muslimer og frihet til å praktisere sin tro” (Khan-Østrem 2008:59). Khan-Østrem sier hun holder ytringsfriheten som verdi høyt: ”Det er gjennom fri diskusjon vi blir stimulert til å oppdage nye perspektiver. Det er gjennom provokasjon og ubehag vi blir nødt til å granske våre egne holdninger og reflektere hvilket ståsted vi har valgt. ... Et forbud mot eller sensur av ytringer vil kunne åpne opp for andre forbud iverksatt av krefter jeg selv kjemper mot” (Khan-Østrem 2008:61).

Ytringsfriheten i vestlige samfunn vant fram ved at kristendommens makt ble utfordret, og samfunnene har gjennomgått en langvarig sekulariseringsprosess. Med opplysningstiden fra omkring 1690 begynte brytningene i vestlige samfunn, og kirke og religion mistet troverdighet og makt i takt med at naturvitenskapen ga svar på naturfenomener som kirken tradisjonelt hadde stått for. Med trykkefrihet fra slutten av 1700-tallet og partipressen fra 1880-årene og fram til 1990-tallet, vokste det etter hvert fram en kritisk bevissthet, hvor ytringsfrihet, selvbestemmelse og politisk bevissthet banet veien for en ny individualitet. Prosessen med sekularisering og løsrivelse fra kirkelig makt la til rette for

demokrati og politisk engasjement, for selvrealisering og sannhetssøken, og ga individet muligheten til å delta i å forme samfunnet de lever i (Keane 2004, min oversettelse). I følge Pål Repstad (2000) betyr sekularisering for mange sosiologer en teori om at religionen svekkes, den forsvinner ikke, men dens gyldighetsområde snevres inn. Før sekulariseringen var det lite skille mellom kirke og stat, og landet ble styrt ut fra kirkens styrende organer. ”Det er ingen tvil om at kirken i Norge har mindre juridisk og politisk makt i dag enn for 2-300 år siden (Repstad 2000:101). Repstad viser til samfunnsvitere for rundt hundre år siden som gikk langt i retning av å tro at det moderne, vitenskapsbaserte samfunn ville bety religionens død. Med dagens religionsdebatt ser vi at dette er feil. Likevel, kirkens makt i samfunnet er begrenset i forhold til tidligere tider. ”Her er det ikke snakk om at religionen forsvinner, men at dens gyldighetsområde snevres inn. Fra å være et overgripende, sammenbindende system som omslutter hele samfunnet, blir religionens gyldighet henvist til privatsfæren” (ibid.101).

Keane (2004) viser til tidligere kamper for ”Liberty of the Press” og nevner i den forbindelse hvordan Matthew Tindal utviklet teorien om naturlige rettigheter (*Reasons Against Restraining the Press* 1704): ”Tindal avviste religiøs legitimering av sensur av pressen Sensurering av pressen er også forkastelig fordi den kveler individets frihet til å tenke, til å utvikle personlig ansvarlighet og til selv å kunne velge et kristent liv” (Keane 2004:13-14). Halvannet hundreår etter Tindal presiserte den engelske frihetskjemperen John Stuart Mill nødvendigheten av ytringsfriheten slik: ”The peculiar evil of silencing the expression of an opinion is, that it is robbing the human race; posterity as well as the existing generation; those who dissent from the opinion, still more than those who hold it. If the opinion is right, they are deprived of the opportunity of exchanging error for truth: if wrong, they lose, what is almost as great a benefit, the clearer perception and livelier impression of truth, produced by its collision with error” (John Stuart Mill, *On Liberty*, 1859). Friheten til å ytre seg uten frykt for forfølgelse av noe slag skaper et fritt debattklima hvor enhver uredd kan prøve ut sine meninger, og i debatt blir man gjerne motsagt samtidig som at man får nye innsikter. Resultatet kan være at man forlater sine opprinnelige synspunkter og danner nye, som følge av ny kunnskap frembrakt i et fritt meningsunivers. Slik bringes verden stadig framover.

I dag opplever vi konservative grupper innenfor islam med samme forventninger overfor religionskritikk som det gamle presteskapet på 1700-tallet gjorde i vestlige samfunn.

Debatten om ytringsfrihet har rast etter trykkingen av Rushdies Sataniske vers i 1989 og muhammedkarikaturene i 2006, den var særlig framttredende i 2009, og den vedvarer i dag. Knut Olav Åmås argumenterte for ytringsfriheten slik i en kommentar i Aftenposten: ”Det vi avskyr må forsøkes motarbeidet i det åpne rom. Selv irrasjonelle, stupide og potensielt farlige ytringer og holdninger må diskuteres – og drepes. Er dette en naiv tro på rasjonaliteten og styrkene ved offentlig debatt? Dreier det seg ikke dypest sett om hva slags samfunn vi ønsker? (Åmås 2009).

3.5 Individualisering, tap av mening og instrumentell fornuft

Ytringsfrihet og sekularisering medførte ikke utelukkende positive fordeler, tar vi i betraktning Taylors (2008) fokus på det sekulære samfunn. ”Den moderne friheten ble erobret ved at vi brøt med de gamle moralske horisontene. Folk pleide å se seg selv som deler av en større orden” (Taylor 2008:16). Denne ordenen ga ifølge Taylor mening og forankring i tilværelsen og i det sosiale livet, og ved å miste den, har man også vært gjenstand for en *avmystifisering* av verden. ”Med dette mistet tingene noe av sin magi” (ibid.17). Taylor peker på at resultatet av løsrivelsen fra det religiøse liv er at folk ikke lenger har et høyere formål i livet, noe som det er verd å kjempe for, og peker samtidig til Nietzsches ”siste menn”, som viser det definitive lavmål i dette forfallet, ”de har ingen andre livsmål igjen enn ynkelig komfort” (ibid.18). ”Individualismens nattsida er en selvopptatthet som forflater våre liv, gjør dem fattigere på mening og gjør oss mindre opptatt av andre og av samfunnet” (ibid.18). Tapet av livsmening er ifølge Taylor koplet sammen med utviklingen av et slags trangsyn, folk mistet vidsynet fordi de kom til å fokusere på sine individuelle liv. NOU 2001: 6 (11.2) viser til at fellesskapet har mistet sin funksjon som samlende element for individet:

”I en tid med vekt på individualitet og personlig kompetanse, ser fellesskapet ut til å tape noen av sine funksjoner. Samtidig preges en postmoderne kultur med av det noen kaller ”de store fortellingens sammenbrudd”. Det betyr at skolens og samfunnets tradisjonelle vekt på kristne og humanistiske verdier utfordres av andre og større og mindre meningssystemer – med krav på å bli hørt. Der felles verdier og felles løsninger blir vanskelige, snevres ofte fokus inn på enkeltmennesket og på individet slik det fremtrer i samspill med andre i det nære miljø. ... Det er ikke de religiøse og ideologiske systemer som først og fremst kjemper seg plass blant barn og unge i dagens Norge. Underholdnings- og fritidsindustrien kjemper om deres tid og oppmerksomhet og gir viktige impulser til svaret på et av livets viktigste spørsmål: ”Hvem er jeg?” Både familie, skole og organisasjoner må forholde seg til den sentrale rollen som mediene i dag spiller for sosialisering og identitetsutvikling blant barn og unge.”

Da kirken ikke lenger fungerte som identitetsmarkør med definerte verdier å forholde seg til, vokste det fram en verdirelativisme som ifølge Taylor ikke et gode. Taylor viser til Bloom og sier at ”enhver har sine ”egne” verdier som det ikke er mulig å diskutere, (...), og man bør ikke utfordre en annens verdier. Dette er enhvers egen sak, hans eget livsvalg, og

dette bør man respektere” (Taylor 2008:27). I dette ligger at alle har rett til å utvikle sin egen livsform, grunnet sin egen oppfatning om hva som virkelig er viktig og verdifullt. For den som ikke bekjenner seg til et fast trossett, eksisterer det få definerte normer og verdier å rette seg etter, og som gjør at individet opplever seg som del av et verdifellesskap. Taylor viser til at dette gjenspeiler ”selvrealiseringens individualisme som i dag er utbredt og som er blitt særlig styrket i vestlige samfunn siden 1960-tallet” (Taylor 2008:28). Bekymringen ligger i at denne individualismen ”involverer selvsentrering og en medfølgende utestenging eller til og med manglende bevissthet om større spørsmål og anliggender som overskrider selvet, det være seg religiøse, politiske eller historiske. Som en konsekvens svinner moralske horisonter hen, og livet blir innsnevret eller forflatet” (Taylor 2008:28). Taylor peker videre på at selvrealiseringskulturen har ”antatt trivialiserte og sløvende former” og at dette kan føre til at folk strever med å være seg selv. Og når individet ikke opplever noe som meningsfullt, når livet er uten noe man er villig til å kjempe for, da blir det meningsløst. Kulturen preges av tap av resonans, dybde og menneskelighet (Taylor 2008:20, 36). Igjen kan vi argumentere imot Taylors tanker omkring de negative føringer som verdirelativismen fører med seg. Det er mye bra man kan si om kulturen i dag. Tormod Øia har via NOVA på oppdrag fra Kunnskapsdepartementet gjennomført en undersøkelse for å gi en nærmere beskrivelse av de unges skolemotivasjon. ”Undersøkelsen viser at antallet elever som er «helt» eller «litt» enige i at de trives på skolen, økte fra 73,9 prosent i 1992 til 88,2 prosent i 2010. Dessuten har andelen som oppgir at de gruer seg til å gå på skolen blitt halvert fra 28 til 14 prosent” (Dyb 2011). Variabler som samsvarer med høy skolemotivasjon er blant annet: Lest i bok, foreldrenes innsyn i de unges fritid, antall bøker i heimen, Lengden på foreldrenes utdanning, foreldrenes tilknytning på arbeidsmarkedet, trent i idrettslag, mange venner, bor med begge foreldrene, lest avis. Variabler som samsvarer med dårlig skolemotivasjon er: spilt data- eller tv-spill, vært i butikker og kanskje kjøpt noe, utagerende, antisosial eller kriminell atferd, utsatt for å bli mobba (Eia 2011).

Religionsdebatt, terror, karikaturstrid og relativismens mangel på definerte normer som rammeverk og rettesnor for søkende ungdom på let etter seg selv kan ha vist seg å ha svært uheldige konsekvenser for enkelte sårbare grupper. Hjarvard (2008:278) viser til Durkheim (1893) og peker på hvordan det moderne samfunnets individualisme og øvrige differensiering øker faren for *anomi*, som forklarer svekkede eller manglende normer til å regulere passende atferd og dermed sikre den sosiale integrasjon i samfunnet. På bakgrunn av dette, kan vi begrunne voldelige opptøyer, terrorisme og ”mindre” alvorlige atferdsavvik som

rasisme og annen antisosial atferd, med fremveksten av (en begynnende) anomi blant visse segmenter av ungdom og voksne uten klar normativ rettleiing. Kriminalitet i Norge er et økende problem.⁹

Avmystifiseringen av verden beredte ifølge Taylor grunnen for en ny logikk. ”Når samfunnet ikke lenger har en hellig struktur, når sosiale ordninger og levemåter ikke lenger er grunnnet i tingenes orden eller Guds vilje, er de på en måte til fri disposisjon. De kan omstruktureres ut fra en vurdering av de konsekvensene de har for individenes lykke og velferd (Taylor 2008:19). Som følge av dette peker Taylor på fremveksten av en ny logikk, som var preget av rasjonalitet og trangen til økonomisk vekst. Dette kaller han den *instrumentelle fornuft*. ”Med ”instrumentell fornuft” mener jeg den typen rasjonalitet vi benytter når vi kalkulerer den mest økonomiske anvendelsen av midler for å nå et gitt formål. Maksimum effektivitet, best mulig kostnad/utbytte rate er målestokken for suksess” (ibid.19). Baksiden ved den instrumentelle fornuft er at den ”truer med å ta over våre liv. Frykten går ut på at ting som burde blitt bestemt ut fra andre kriterier, vil bli avgjort ved hjelp av termer som ”effektivitet” og ”cost-benefit”, og at de selvstendige formål som burde lede våre liv, vil bli formørket av krav om nyttemaksimering” (ibid.19). Repstad viser til samme logikk som Taylor, når han forklarer årsakene til sekulariseringen. ”Trekker vi opp det lange historiske spennet, søker mange sosiologer drivkreftene bak sekulariseringen i den kalkulerende, fornuftsbaserte og høyst dennesidige tenkemåten som kjennetegner kapitalismen, som etter hvert har kommet til å prege store deler av verden” (Repstad, 2000:102-103). Hjarvard (2008:269) viser bekymring i forhold til varemarkedets logikk, og dens evne til å ivareta samfunnets interesser på områder som oppdragelse, kjærlighet og omsorg. Taylor understreker at det bør være et ”poeng å tenke gjennom hva som er formålene med våre liv, og hvorvidt den instrumentelle fornuften bør spille en mindre rolle i våre liv enn det den faktisk gjør” (Taylor 2008:22).

Summert opp fører relativisme og individualisme ifølge Taylor (2008) til en selvsentrering hvor forhold utenfor individet mister sin betydning. Resultatet kan være fravær av fellesskap, indre tomhet og mangel på mening. Innledningsvis leste vi om Cameron som forkaster kulturrelativismen som ideologi, og er her i selskap med Thomas Hylland Eriksen som også mener at kulturrelativisme ikke er fordelaktig for kulturen: ”Kulturrelativismen gir

⁹ ”Antallet registrerte overfallsvoldtekter så langt i år (24. oktober), er nøyaktig dobbelt så mange som i hele fjoråret” (Jonassen 2011). ”De siste ti årene har det skjedd rundt 11000 personran i Norge, hvorav 8000 i Oslo, og drøyt 4000 i området til Grønland politistasjon” (Haakaas 2011). ”26 personer er drept så langt i år (24. oktober). Det er fire flere enn på samme tid i fjor. Totalt i 2010 ble det begått 30 drap i Norge” (Kvilesjø / Drageland 2011).

ingen moralske råd. Den kan bare fortelle oss at verden ser forskjellig ut fra forskjellige ståsteder. Å gjøre kulturrelativismen til moralsk rettesnor vil i siste instans innebære at man gir avkall på enhver moral: da vil man komme til å godta hva som helst, bare det kan begrunnes ut fra en eller annen "kultur". I våre dager er en slik posisjon jevn god med ingen posisjon" (Hylland Eriksen 1993).

3.6 Medialisering og mediene som kamparena

I kapittel 1 leste vi om hvordan kampen om "islams hjerte" foregår mellom to fløyer, moderne reformister på den ene fløyen og konservative krefter på den andre. Vestlige samfunns sekulariseringsprosess ble banet fram via medier og ytringsfrihet, men kampen om å modernisere islam *kan* virke som en lang vei å gå. Khan-Østrem viser til at "muslimer må drøfte på hvilket vis religion, kultur og politikk har blitt vevd sammen til å bli en så destruktiv kraft. Vi må reflektere over hvordan og om det i det hele tatt er mulig å rive dette sammenflokete lappetappet fra hverandre og finne frem til noen tråder vi som muslimer kan enes om og som fremmer liberale holdninger i tråd med det som vi mener var islams historiske utgangspunkt" (Khan-Østrem 2008:52). Hun viser til radikaliseringsprosessen av unge muslimer etter terroren i USA og påfølgende bombing i Afghanistan, og stiller spørsmålet: "Hvilken islam er det vi vil følge? Den ekstreme jihad-inspirerte eller den liberale bevegelsen, der fred og dialog er målet? For øyeblikket kan det dessverre virke som om begge alternativene er attraktive" (ibid.56). Khan-Østrem og andre liberale muslimer møter sterk motstand i arbeidet med å dreie muslimers sinn i retning av en mer moderne islam, og hvilken rolle tabloide medier og nettdebatter kan ha spilt en rolle i denne sammenhengen vil vi komme tilbake til.

I dag har vi religiøs praksis i Norge som ikke har gjennomgått den sekulariseringsprosess som kristendommen i løpet av de siste par hundre år har gjennomgått, og som blant annet er utgangspunkt for debatten om islams rolle i samfunnet som vi opplever i dag. Identitet for mange muslimer oppfattes i dag som uløselig knyttet til religion, slik nordmenns identitet kan tenkes at var uløselig knyttet til kristendommen før sekulariseringen. Vogt stiller spørsmålet om hvordan en ny generasjon, født og oppvokst i Vest-Europa eller USA, skal videreføre den religiøse arven, eller hvordan denne arven kan endres eller justeres i møte med vestlige samfunn, og påpeker at dette spørsmålet også dominerer den muslimske debatten (Vogt 2007:101). Videre viser hun til at store deler av den muslimske verden i mer enn et århundre (1800- og 1900-tallet) lå under for europeisk kolonialisme at europeisk

kolonipolitikk satte dype spor, og at opplevelsen av å være okkupert av fremmede, økonomisk utbyttet og kulturelt ydmyket vokste seg sterk, og i årene etter andre verdenskrig ble de nye og uavhengige nasjonalstatene opprettet (Vogt 2007:17). Hun peker videre på at det mot slutten av 1800-tallet vokste fram en kulturåpen og reformvennlig bevegelse, og debatten om islams plass i det moderne samfunnet vokste fram, hvor egypteren og stormufti ved det islamske universitetet al-Azhar i Kairo, Muhammad Abduh (d.1905), fremhevet islam som basis for demokrati, lovreformer og sosial og kulturell utvikling. ”Tanken var å rense og fornye islam ved å vendte tilbake til profetens opprinnelige budskap. Dette var forutsetningen, hevdet Abduh, for at muslimske samfunn skulle få del i moderne fremskritt og bli i stand til å hevde seg i møtet med Vesten. Dette synet på islam og samfunnet ble kalt ”islamsk modernisme”, og skulle få mange og trofaste tilhengere (Vogt 2007:18).

Liberale muslimer som Khan-Østrem og Ghozlan, samt organisasjonen LIM – Likestilling, Integrering og mangfold, arbeider for liberalisering av religionen, selv om disse har vært lite trukket fram i religionsdebatten. Vi ser likevel eksempler på moderate muslimer, for eksempel i støtte av lovforslaget om forbud mot hijab, (NTB i Aftenposten 2010), og muslimsk åpenhet omkring homofili (Stokke 2010). Vogt peker også på at islam er en lovreligion, og at viktig del av den interne islamske debatten i nyere tid har dreid seg om forholdet mellom den evige normen (shaira) på den ene siden, og tids- og kulturbestemte tolkninger av loven (fiqh) på den andre. ”Skal fortidens rettslære bestemme dagens sosiale praksis? Er strafferett og familierett fastlagt en gang for alle? Konservative rettslærde svarer ja: Sharia er identisk med eksisterende rettslære. Reformvennlige muslimer, både rettslærde og legfolk, fremhever på sin side at skillet mellom de to er grunnleggende. Rettstenkning og rettspraksis ikke bare kan, men må justeres i tråd med endrede samfunnsforhold. Bare slik kan muslimene til enhver tid leve opp til det overordnede kravet om rettferdighet og barmhjertighet” (Vogt 2007:62).

Til tross for dette moderate synet, går det tydelig fram at tilhengere av den konservative fløyen av islam ikke har glemt den undertrykkelse og ydmykelse islamske samfunn opplevde som følge av europeisk kolonialisme. Knappt en måned etter terrorangrepet på Twin Towers i New York i 2001, selve symbolet på USAs økonomiske imperialism, publiseres talen av Osama Bin Laden hvor han blant annet peker på at terrorangrepet i New York er et resultat ydmykelsen han mener Amerika har påført muslimske land i over 80 år, uten at ”noen bryr seg” (Osama bin Laden 2001, gjengitt av L.S.P. Forlaget).

Samme dag (7.10.02) publiseres daværende president George W. Bush' tale i Det hvite hus, som innledning til den amerikanske operasjonen i Afghanistan, hvor han blant annet sier at

"USA er en fiende av dem som hjelper terrorister, og av de barbariske forbrytelsene som krenker en flott religion ved å gjennomføre mord i dens navn. (...) Kampen føres på mange fronter, vi skal ikke vakle, vi skal ikke bli trette, vi skal ikke snuble, og vi skal ikke komme til kort. Fred og frihet skal seire. Takk. Måtte Gud fortsette å velsigne Amerika" (Fredheim 2001).

Fredag 18.11.11 tok Morgenbladet opp forholdet mellom *vold* og *ord* i sin leder, i forbindelse med nettdebatter, og slår fast at hatefulle ytringer ikke nødvendigvis er "sunne bevis for at ytringsfriheten virker" (Morgenbladets leder, 18.11.11). "Teorien om at hatefulle ytringer «reduserer trykket», er «sikkerhetsventiler» og «renser ut» har lenge hatt bred popularitet ettersom ytringsfriheten de siste ti årene har vært sett som svaret på det meste her i verden" (ibid.). Videre siteres Utøya-overlevende Per Anders Torvik Langerød: "Det er en sammenheng mellom ord, holdninger og handlinger. Hva den eksakt består i, vet vi ikke, men vi vet at sammenhengen er der" (ibid.) Religionsdebatten har vært mediert i stort omfang siden 2001. Per Anders Torvik Langerød er inne på et sentralt aspekt ved Taylors autensitetsideal og ekspressive språkteori (2008) når han (Taylor) vektlegger *språkets makt*, og argumenterer for at uttrykt språk skaper betingelser for mellommenneskelige tilstander. Retorikken vi er vitne til i sitatene av Bin Laden og Bush over, viser hvordan språk ifølge Taylor (2008) skaper nye tilstander, herunder polarisering av meninger og holdninger, og hvor konflikter og krig er produkter som kommer i kjølvannet av uttrykt språk.

Khan-Østrem viser til at svaret på *hvilken* muslimsk identitet som formes, ikke bare handler om internasjonal politikk, men

"også unektelig om medias fremstilling av islam, som tradisjonelt har vært problematisk. ... Edward Said har skrevet mye om hvordan mediene aktivt har fremmet et negativt bilde av islam, og brukt betegnelsen islam flittig som forklaring på politisk konflikter (Said 1997). Fremstillingen av islam som en usofistikert, usivilisert religion lever i beste velgående, og ble forsterket i etterdønningene av karikaturstriden. "Vesten" har vært ensbetydende med humanisme, toleranse, opplysning, menneskerettigheter, mens "Østen" er synonymt med det irrasjonelle, det primitive, diktatur, inhumanisme, kvinneundertrykkelse. Disse kontinuerlige negative forestillingene dominerer, og påvirker identiteten til muslimer som bor i Vesten. De negative forestillingene blir en integrert del av hvordan man oppfatter seg selv i forhold til andre" (Khan-Østrem 2008:60).

Hun viser til at "det var sjelden dialog-orienterte muslimer ble intervjuet eller ble tydelige stemmer i media. Mytene om islams rigiditet har fått vokst seg sterke i både den norske og den internasjonale offentligheten" (Khan-Østrem 2008:60).

I sin artikkel "News of the Unholy" peker Hjelm (2006) på nettopp dette, i det han skisserer teorien om medienes konstruksjon av religion som et sosialt problem (Hjelm 2006:63, min oversettelse). Hjelm viser til Beckford (1990) og sier at "debatter i begynnelsen av det postindustrielle samfunnet eller sen-kapitalistiske samfunnet foreslår at religion kan gjennomgå endringer som vil gjøre den til et økende viktig medium i å definere og respondere til sosiale problemer. Samtidig kan religion bli mer et sosialt problem enn den trenger å være" (Beckford 1990, sitert av Hjelm 2006:63, min oversettelse). Hjelm viser til utviklingen etter 11. september, som har vist at "de såkalte verdensreligionene også i økende omfang anses som selve *kilden* av sosiale problemer" (Jürgenmayer 2001, 2004, Lincoln 2003 og Robbins 1988, sitert av Hjelm 2006:63, min oversettelse). Hjelm viser så til Critcher (2003) og sier at "moderne moralsk panikk ville være utenkelig uten medienes inngripen", og videre at det i moderne samfunn er åpenbart at det vi vet om verden utenfor vår nære erfaringsverden kommer fra nyhetsmediene, og særlig i vår forståelse av avvikende atferd og "de andre" (Thompson 1995, sitert av Hjelm 2006:63, min oversettelse). I tillegg viser Hjelm til at konstruksjon av religioner og religiøse praksiser som problematiske og avvikende i den forstand at de bryter ned etablerte normer, i økende omfang tar plass i massemedia (ibid. 63). I en tid med gjenoppblomstring av religion i det offentlige rom er det et globalt fenomen at *grensene* for toleranse mellom religioner i økende omfang dras inn i religiøse diskurser i mediene (Casanova 1994, Berger 1999, sitert av Hjelm 2006:70).

Mediene føringer for vår virkelighetsoppfattelse blir det Hjarvard kaller *kulturens og samfunnets medialisering*. Med medialisering sikter Hjarvard til at kultur, samfunn og religion *endres over tid* som følge av medienes påvirkning. Med begrepet medialisering, forsøker Hjarvard (2008:13) å gi svar på spørsmålet om hvilke effekter og konsekvenser det har, at samfunnets institusjoner og kulturen vi lever i, i stigende grad er preget av medienes inngripen. Han peker på hvordan samfunnets institusjoner og kulturelle kretsløp selv har endret karakter, funksjon og struktur som følge av medienes allestedsnærværende karakter (Hjarvard 2008:13). "Medier som aviser, radio og tv formidler ikke kun informasjon, men konstituerer et fellesskap og en erfaringshorisont for dem som leser, lytter og ser. Ikke minst skaper massemediene en offentlighet, hvor samfunnet kommuniserer med seg selv (ibid. 14). Dette er i tråd med Hoovers (2006) tanker der han viser til at media i dag er den mest fundamentale kilden av sosial og kulturell informasjon, i å sette agendaen og konteksten for mye av det vi vet og tror om virkeligheten, i motsetning til tidligere, da religion fylte denne rollen. Hoover stiller spørsmålet for hvilke implikasjoner dette har for yngre generasjoner

(Hoover 2006:9, min oversettelse). Hoover kaster videre et kritisk blikk over media: ”Mye er blitt skapt ut av medieinnhold, og er tilsynelatende kulturelle og moralske verdier. Mye av dette er også kritikk av media, en klage over det negative og anti-sosiale (til og med anti-religiøse) medieinnholdet som dominerer der. (...) Det er hevdet at media er en negativ psykologisk kraft, som reduserer kvaliteten på individuelt og sosialt liv, og som kan føre til avhengighet” (Hoover 2006:9, min oversettelse). I neste avsnitt skal vi se på hvordan kommersialiseringen av mediene ifølge enkelte teorier antas å ha implikasjoner på medieinnhold.

3.7 Postmodernisme, kommersialisering og verdiformidling

Hjarvard (2008:19) viser til at mediene er underkastet en kommersiell logikk, idet media fungerer som industriell produksjon. ”I takt med den økende kommersialiseringen av medieindustrien er medieproduktene gjort til varer. Medienes kulturelle og politiske formål var informasjon, opplysning, diskusjon og dannelselse. Dette har trådt i bakgrunnen til fordel for kommersielle budskaper som reklame og et medieinnhold preget av livsstilreklame som fordrer kjøp av varer og livsstil (Hjarvard 2008:19, min oversettelse). Croteau og Hoynes 2006 sier det slik: ”Media-business er unik i mange viktige sammenhenger. Ulikt andre industrier, formidler media ideer, informasjon og kultur. De informerer og underholder oss, og påvirker hvordan vi forstår oss selv og vår verden, i tillegg til hvordan vi tilbringer fritiden. Fordi de spiller en slik avgjørende politisk og kulturell rolle, er media i en særstilling i demokratiske samfunn som verdsetter en fri og kreativ uttrykksmåte, en selvstendig tankegang, og ulike perspektiver” (Croteau og Hoynes 2006:1, min oversettelse). I forlengelse av dette, poengterer de at det bare er en ”fri presse” som ivaretas av USAs grunnlov, og *ikke* offentlighetens og samfunnets interesse. ”Så å si alle store medieselskaper er kommersielle selskaper, hvis primære funksjon er å skape profitt for eiere og aksjeholdere. Den viktigste målestokken i medieselskapenes forretningslogikk for investorer, involverer få forhold som berører offentlighetens interesse for kreativitet, uavhengig tanke og mangfold. I stedet dreier det seg om målbare salgstall, annonseinntekter og profitt” (Croteau og Hoynes 2006:1, min oversettelse). NOU 2001: 6 (6.8) viser til hvilke konsekvenser målsetningen om økonomisk vekst og reklame kan ha for barn og unge: ”Reklamen skaper også sitt eget produkt: Et barn eller en ungdom som er evig utilfreds, rastløs og engstelig for ikke å ha de ”rette tingene”. Reklamen forsterker forbruk som livsform, og stimulerer ønsket om nye produkter og nye opplevelser for personlig tilfredsstillelse. ... Samtidig forsterker reklamen de nye former for

ubehag som er typisk i det postmoderne samfunn, utilpassheten og angsten. Forbruk blir helbredelsesmetoden, og reklamen foreskriver medisinen.”

Uttrykket *det postmoderne samfunnet* kan et stykke på veg illustreres ved å peke på kommersialiseringen av mediene, og det samme mønsteret gjelder for store deler av den vestlige verden. ”Siden 1880-årene var avismønsteret i Norge i all hovedsak bestemt av de politiske partiene. Dette mønsteret holdt seg fra til 1970-årene da avviklingen av partipressen tok til” (Ottosen 2004:134). Ottosen viser videre til at avisenes frigjøring fra partiene skjøt fart utover 1980-årene, og dermed tok private eiere og konserner kontrollen over avisene (Ottosen, Røssland og Østbye 2002) Ottosen 2004:134). På 1980-tallet ble medier satt på børs, og investorer og kapitalavkastning ble en del av hverdagen innenfor styringsorganene til ulike medieaktører. I 1990-årene opplevde mediene en mediekonsentrasjon, i det at en rekke store mediekonsern, kjøpte opp store og små mediefirma. Industrialiseringen av media medførte større enheter, større effektivitet, og større lønnsomhet, og økonomisk perspektiv ble viktigere enn de hadde vært før (Roppen 2004:11). ”Medan mediefirma tidlegare stort sett var nøgde om dei klarte å få eit lite overskot, forventar mediekonserna ikkje berre større overskot enn før, men jamt aukande overskot og jamt aukande produktivitet. Medieverksamda i seg sjølv blir eit middel for å skape overskot til eigarane – medan det tidlegare var omvendt (Roppen 2004:11).

Kravet om avkastning og stadig økonomisk vekst har ført til et tabloidisert innhold i nyhetsmediene, ofte med fokus på vold og sex, moralske overtramp, personangrep og konflikter for å skape de ”mest treffende overskriftene”, noe vi kommer tilbake til når vi diskuterer empiri i avsnitt 5.3 og 5.4. Trine Syvertsen sier det slik: ”En medarbeider ”tenker kommersielt” når hun i sin virksomhet orienterer seg mer mot ”det som går hjem hos publikum” enn mot å realisere sine egne kunstneriske eller ambisiøse ambisjoner. Dette blir i sin tur betraktet som profesjonell atferd i store deler av fjernsynsbransjen. Som en TV2-medarbeider halvt spøkefullt uttrykte det: ”Vi er etter hvert blitt flinkere til å legge mindre vekt på hva vi selv synes er bra” (Syvertsen 1997:229). ”Det er forhold i markedet, og ikke selvstendige journalistiske vurderinger, som påvirker journalistikkens innhold” (Ottosen 2004:178). Tabloidisering og konfliktfokus har vist seg å bære løssalgsavisene godt.

Hjarvard viser til medienes overtakelse av kirkens rolle og peker på konsekvensen av at ”mediene selv blir storprodusenter av religiøse emner snarere enn formidlere av kirkens buskap. Forskjellige religioner kommer i stedet til å virke som leverandører av råstoff, som

deretter anvendes og omformes av mediene til egne formål” (Hjarvard 2008:161). Hoover (2006:12) viser til Baudrillard og poengterer at vi i dag lever, interagerer og kommuniserer på et overflatenivå skapt av kommersielle, medierte bilder, og argumenterer for at denne semiotiske eller lingvistiske overfladiskheten medfører konsekvenser for religioner, som har et dypt og alvorlig forhold til symboler, metaforer og ord, og hva de representerer. Hoover vektlegger hvor viktig det er med ekspertise, varsomhet og ansvarlighet hos journalister som dekker religiøse emner. Hjarvard viser samme bekymring: ”Medierne er bedøvende ligeglade med religion og overtro, når de plukker fra religionerne” (Hjarvard 2005, i intervju med Stenstrup). Khan-Østrem (2008:60) bygger opp under dette i det hun poengterer at mediene har skapt myter om islam som en rigid religion, og at disse negative forestillingene påvirker *identiteten* til muslimer som bor i Vesten. Dette illustrerer hva Hoover mener når han sier at mediene er fundamentale i forhold til hvilken kontekst ulike religioner befinner seg i dag. ”De (*mediene* red. anm.) tilrettelegger for hvordan kunnskap produseres og deles, hvordan symboler, ideer og verdier er utfordret i den private sfæren (....) (Hoover 2006: 12).

Hoover peker på at media i dag er forbundet med global kapital, og viser til at medieindustrien er blant de største industriene, og den med størst påvirkningsfaktor av alle. ”Dette medfører en vanvittig stor økonomisk og kulturell påvirkning (...). Mediene er selv, og de produserer – kommersielle produkter. Symbolene og ideene som sirkulerer innenlands og globalt er medierte, kommersielle symboler og ideer. Kultur er i økende grad en kommersiell kultur, og media er både produsenter av den, og resultatet av den. Media skaper og former vår referanseverden av symboler, verdier og ideer” (Hoover 2006:12-13, min oversettelse). ”I vår kultur spiller mediene en sentral rolle. De tradisjonelle massemediene er ennå samlingspunkter for store deler av befolkningen, og de står sentralt i å reflektere, formidle og nyskape norsk kultur. Mediene fungerer som sentralnervesystemet i vårt postindustrielle samfunn. De har makt til å løfte fram saker på samfunnets dagsorden og de setter sitt preg på barn og unge på ulike måter” (NOU 2001: 6, 15.1). I tilknytning til migrasjon og globalisering peker Mainsah (2009:7) til forskning som dokumenterer immigranternes globale identifikasjonsprosesser med basis i produksjon og resepsjon av ulike medier, og konstruksjon og videreutvikling av gruppeidentitet på tvers av landegrenser (Abu-Lughod 1995, Barker 1998, Gillespie 1995, Jhally og Lewis 1992). Mainsah (2009:5) viser til at det skapes sosiale grenser mellom majoriteten av nordmenn på den ene siden og etniske minoritetsgrupper – spesielt ikke-vestlige immigranter – på den andre, og peker på media som hovedaktør i denne sammenhengen. ”Den dominerende diskursen om immigranter de siste årene har tendert til, i

økende omfang, å bli problem-fokusert og ”kulturalisert” (Andersson 2005, i Mainsah 2009, min oversettelse). Mainsah peker på at immigranter, flyktninger og deres barn assosieres med problemer som ungdomsgjenger og vold, praktiseringen av arrangerte ekteskap og omskjæring av kvinner, i tillegg til høy arbeidsledighet og gettodannelser (2009:5). ”Tuftes (2003) foreslår at det sosio-politiske klimaet i skandinaviske land i relasjon til immigranter reflekterer noen av de underliggende spenningene som fremtrer i sosiale og kulturelle endringsprosesser som disse landene de siste årene har opplevd, prosesser som viser glidningen fra å være kulturelt homogene land til å bli multikulturelle samfunn i økende omfang (Mainsah 2009:5, min oversettelse). Ifølge Mainsah involverer dette en kritisk granskning av hvordan skandinaviske land definerer seg selv, og på hvilke verdier den nasjonale identitet skal tuftes på, og i møte med andre kulturer oppstår det spenninger i denne prosessen (2009:6, min oversettelse). Ikke bare i forhold til religion har den kommersielle medielogikken hatt kulturelle og samfunnsmessige implikasjoner, også andre forhold ved kulturen kan påstås å lide under en kommersiell, overflatisk og fragmentert medievirkelighet, som nevnt tidligere i dette kapittelet. Croteau og Hoynes (2006) beskriver den kommersielle medielogikken slik:

”Temamusikk fyller rommet, computergenerert grafikk svinger seg over skjermen, kamera panorerer ”nyhetsstudio”, og etablerer den perfekt tilpassede ”kjendis”-ankermannen. Show time! Dette er nyheter som underholdning og spektakulær forestilling. Dramatiske bilder av blodige ofre, bilvrak i flammer og melankolske politikere fyller skjermen. Innimellom brytes disse bildene i faste intervaller, hvor tilskueren eksponeres for høyenergiske reklameinnslag i sterke farger, i faste intervaller, som selger alt fra deodoranter til biler. Velkommen til profittmedia, hvor det fundamentale prinsippet er å tiltrekke publikum som selges til annonsører. Selv om du ikke har betalt for å se dette nettverkets tv-nyheter, så er du en del av den store økonomiske prosessen som ligger under slike programmer. Du er målskiven for annonsører som håper å selge deg sine produkter”(Croteau og Hoynes 2006:8, min oversettelse).

Croteau og Hoynes beskriver videre den psykologiske logikken som ligger til grunn for reklamen. ”De snakker til deg som en forbruker. De inviterer deg til å løse dine personlige problemer og forbedre ditt personlige liv ved å kjøpe ulike produkter” ”(Croteau og Hoynes 2006:8, min oversettelse). Livsstilsreklamen vil alltid minne deg på at du har mangler, at du trenger å fornye deg, og ulike produkter konkurrerer om å hjelpe deg til å gjøre deg ”perfekt”, og til å få et ”perfekt” liv. Croteau og Hoynes forklarer videre markedsmodellen for media, som er basert på tv-kanalens evne til å levere så mange seere / lesere som mulig til annonsørene. Jo flere som ser et program, jo høyere priser kan tv-selskapet selge annonsetid til annonsørene. Forsvinner seerne, forsvinner inntektene. Et tv-programs suksess er i hovedsak målt i rating poeng basert på antall tilskuere fra spesielle demografiske målgrupper som annonsørene ønsker å henvende seg til ”(Croteau og Hoynes 2006:8, min oversettelse).

Ottosen (2004) viser til at de store konsernene under Bushadministrasjonen fikk enda større spillerom, og trekker i den forbindelse fram en rekke grasrotorganisasjoner som varslet motstand, og at det har oppstått en allianse mellom progressive organisasjoner og konservative grupper som frykter enda mer sex og vold på fjernsyn (Ottosen 2004:144). I denne sammenheng kan nevnes Croteau og Hoynes spørsmål om hvilke konsekvenser det kan ha når tv-seere stadig eksponeres for vold på tv: ”Et program om ”Verdens blodigste seriemordere” kan nok score høyt i ratingpoeng blant tilskuere, men hvilken verdi et slikt program har for samfunnets beste, er det tvil om. Er det slik at et slikt program glorifiserer vold, og kan kanskje et slikt program ha en motiverende effekt på enkelte ustabile personer til å handle på samme måte? Hvilken kumulativ effekt vil det ha på samfunnet å sende utallige timer med blodig vold som underholdning?” (Croteau og Hoynes 2006:8, min oversettelse). Dette spørsmålet stilte de i 2006. I analysekapittelet vil vi få et innblikk i kognitiv psykologi, utvikling av mentale skjemaer og holdningsdannelse som følge av mediepåvirkning, illustrert av Waldahl i 1999.

Croteau og Hoynes (2006), Hoover (2006) og Hjarvard (2008) viser til at kommersielle medier er kulturens og samfunnets leverandør av kultur, informasjon, symbolske verdier, religiøse emner, og på den måten er det ulike medier som former vår referanseverden av symboler, verdier og ideer, og som ligger til grunn for selvoppfatning og utvikling av identitet. ”Hvor det før var tradisjonsforvaltende institusjoner som familien, kirken og skolen som leverte moralsk orientering for det enkelte individ, er det i dag mediene, som den moderne danske tyr til for å søke etter tidløse normer for passende atferd og holdninger ...” (Hjarvard 2008:162, min oversettelse). Teori og det bildet av kulturen vi til nå har sett på, viser at media har hatt negative implikasjoner for mange muslimers og innvandreres utvikling av identitet. Dette er i kontrast til *the public sphere model* hvor mediene opererer ut fra kulturens og samfunnets behov, og ikke markedets, som Croteau og Hoynes peker på (2006:30-31). På hvilken måte ulike medieprodukter har implikasjoner for konstruksjon av identitet hos etniske nordmenn, er et empirisk spørsmål, og vanskelig å måle. Men nyere forskning på voldelige dataspill viser at spillerne utvikler aggressivitet og lavere følelse av empati, som nevnt tidligere i oppgaven. At de utfordringene samfunnet står overfor i dag, er i sterk kontrast til de utfordringene samfunnet stod overfor fram til 1980-årene, er hevet over tvil. I tillegg til samfunnsmessige utfordringer nevnt i kapittel 1, vil vi i neste kapittel vise noen flere utfordringer samfunnet står overfor i dag. Dette bekrefter langt på veg Waldahls tidlige tanker om medienes implikasjoner for kultur og samfunn, da han for over ti

år siden viste til Gerbner og hans kolleger ved Annenberg School of Communication som ”hevder at tvs symbolverden i dag er en selvstendig kultiverende faktor i samfunnet” (Signorelli og Morgan 1990, Gerbner et al 1994 i Waldahl 1999:243). ”Med kultivering mener de prosesser som danner stabile holdninger og normer på grunnlag av gjentatt og omfattende eksponering for et entydig medieinnhold” (Waldahl 1999:243). Vedlegg 11 (avsnitt 9.1.11) viser til noen medieprodukter produsert i ulike kulturer, som igjen er med på å forme kulturen videre, og som noen vil mane til bekymring i forhold til barns og unges utvikling av selvforståelse og identitet.

Medialiseringen som har preget nyhetsbildet i nyere tid, har utgangspunkt relativismen som gjelder de fleste forhold i vårt samfunn. Journalister og redaktører med ulike verdiorientering og ulike oppfatning av virkeligheten har opp gjennom tidene tegnet et bilde av kultur og samfunn preget av de subjektive tolkningene de har sittet inne med, på basis av den delen av virkeligheten de har valgt å fokusere på, og slik kan vi si at det er medieaktørenes virkelighetsoppfatning som kommer til uttrykk, og gir oss det bildet vi som publikum former vår forståelse av virkeligheten ut fra. Nedskjæringen i redaksjoner for å minske utgiftene kan ha ført med seg en overflatisk dekning av nyheter (Ottosen 2004), hvor ikke alle forhold ved ulike saksfelt har fått sett dagens lys, med de konsekvenser dette kan ha hatt. Til tross for mye god og grundig journalistikk, er det flere tegn i journalistikken som kan hentyde til et behov av en fungerende etisk verdiplattform som utgangspunkt for det bilde av virkeligheten publikum får servert. Dog har vi Redaktørplakaten og Vær varsom plakaten som fungerer som pressens etiske selvjustis. Redaktørplakaten sier blant annet at ”En redaktør skal alltid ha frie mediers ideelle mål for øye. Redaktøren skal ivareta ytringsfriheten og etter beste evne arbeide for det som etter hans/hennes mening tjener samfunnet” (Tyvand 2007). Sentrale verdier i Vær varsomplakaten er *ytringsfrihet, informasjonsfrihet, uavhengighet, integritet, varsomhet, samfunnsrolle, m. fl.* Det presiseres at det er pressens rett å avdekke kritikkverdige forhold i samfunnet. Videre er det ”... pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle” (Norsk Presseforbund). Pressen skal fungere som ”samfunnets vaktbikkje” og avdekke maktmisbruk og andre kritikkverdige forhold i samfunnet. Debatten om vern av ytringsfrihet som en av de viktigste verdiene vi har for å beskytte og ivareta demokratiet, har pågått i stor grad etter trykningen av Muhammed-karikaturene i 2006. Ytringsfrihet begrunnes normalt ved henvisning til tre prinsipper: Sannhetsprinsippet, autonomiprinsippet (”individets frie meningsdannelse”) og demokratiprinsippet (NOU 1999:27). Men debatten om hvor grensene går i forhold til

hvorvidt ytringsfriheten brukes til *andre* formål enn sannhetssøken, det selvstyrte individ og politikk og meningsutvekslinger, har ikke vært fremtredende. Hvor grensen går for når ytringsfriheten blir et middel til at *mediene selv* fremmer maktmisbruk, og bidrar til å skape den virkeligheten vi ser i dag, er kanskje en begynnende debatt, som vi var inne på i kapittel 3.4 hvor Langerød pekte på sammenhengen mellom ord og handlinger. En slik debatt, vil sannsynligvis skape bevissthet om den konstituerende rollen mediene tilsynelatende har. Som Croteau og Hoynes sier det: ”Media skal tilsynelatende fungere som en vaktbikkje for regjering og storting, men hvem fungerer som vaktbikkje overfor kapitalistiske media?” (Croteau og Hoynes 2006:9). *Hvem* som avdekker kritikkverdige forhold ved mediene, er primært å lese i fag- og forskningslitteratur på universiteter og høyskoler, og *noe* av denne litteraturen danner det teoretiske rammeverket for denne oppgaven. Dette peker på behovet for at forskning bør ha en mer fokusert prioritering i mediebildet enn det den har i dag.

3.8 Stigmatiserte grupper

Den 4. Mai 2010 oppnevnte Kunnskapsdepartementet en arbeidsgruppe som skulle komme med forslag til hvordan skolen systematisk og helhetlig kan arbeide mot rasisme, antisemittisme og diskriminering på bakgrunn av elevers etniske, religiøse eller kulturelle tilhørighet. Den 12. Januar 2011 avga gruppen, med leder Inge Eidsvåg, sin rapport *Det kan skje igjen*. Bakgrunnen for tiltaket er debatten som fulgte innslaget til Lørdagsrevyen i mars 2010, som omhandlet jødehets ved flere videregående skoler i Oslo (Eidsvåg et al. 2011:69). Opplæringsloven understreker at alle elever ”har rett til eit godt fysisk og psykososialt miljø som fremjar helse, trivsel og læring” (§9a-1). Innledningsvis i rapporten siteres det fra rapporten til UNESCO fra Den internasjonale kommisjon om undervisning for det 21. Århundre: Learning The Treasure Within, 1996:

Utdannelse spiller en fundamental rolle i all personlig og sosial utvikling. Det er ikke en mirakelkur eller en magisk formel, som åpner døra inn til en verden der alle idealer vil bli virkeliggjort. Men det er et av de viktigste midler vi har til å skape en dypere og mer harmonisk menneskelig utvikling – og derved redusere fattigdom, eksklusjon, uvitenhet, undertrykkelse og krig.

Utdraget peker på viktigheten av utdanning, som vi kan definere som formidling og tilegnelse av kunnskap og dannelse. Utdraget peker også på termen *ideal*, som peker i retning et mål man arbeider etter og strekker seg mot, et mål man søker å nå. Dette er noe av kjernen av hva Taylor argumenterer for når han presenterer sine tanker om den ekspressiv språk teori basert på autensitetsidealet som han mener bør prege samfunn slik at de utvikler seg i riktig retning. I april 2011 gjennomførte utdanningsetaten i Oslo en undersøkelse på

elever fra 8. til 10. trinn i grunnskolen hvor de kartla *at det finnes* både rasisme og antisemittisme i skolen. Rapporten slår fast at 15 prosent av elevene er utsatt for en eller flere hendelser på skolen grunnet sin nasjonale bakgrunn (Vaagen et al. 2011:58). ”9 prosent av elevene har blitt utsatt for hendelser på grunn av sin religion/tro. (...) Elever med jødisk bakgrunn er i størst grad utsatt for dette” (Vaagen et al. 2011:59). ”Over halvparten av elevene (52 prosent) oppgir at de på egen skole har opplevd at jøde har blitt brukt til å beskrive noe negativt. Spørsmålet blir i stor grad hvilke forhold som tilrettelegger for anerkjennelse og respekt, og sett i lys av tankene over, hvilken *terminologi* som anvendes i skolen og i det offentlige rom. Her trenger man klart definerte verdier å styre etter. Ikke før et individ på en tydelig måte vet hva som kreves for å oppnå anerkjennelse og respekt fra samfunnet rundt, vil individets bevissthet sirkle omkring disse verdiene og termene, og slik vite hva det skal strekke seg etter. Her må tydelige verdimarkører til, som kan fungere som samlende for ulike befolkningsgrupper og skape positiv gruppetilhørighet og dertil identitet. Det er altså snakk om et målrettet verdiarbeid for hele kulturen hvor alt henger sammen, som er avgjørende for å lykkes i å skape en god hverdag for alle. Dette peker til *Autentisitetssidealet* og en ekspressiv språkteori som Taylor (2008) argumenterer for at er viktig skal vi lykkes med våre moderne samfunn. Vi kommer tilbake til dette i analysen.

3.9 Verdier og holdninger

Verdier og holdninger er utgangspunktet for denne undersøkelsen, og før vi går i gang med analysen, er det viktig å definere hva vi mener med termene. ”Verdier uttrykker foretrukne tilstander og atferdsmønstre som danner standarder for folks oppfatninger og holdninger. De er altså mål heller enn midler på det personlige og sosiale plan. De er sjelden knyttet til spesifikke objekter på samme måte som holdninger, men fungerer mer allment og uavhengig. Dermed virker verdiene retningsgivende på holdningene til konkrete og mindre viktige spørsmål” (Waldahl 1999:119). *Holdninger* ikke er arvemessig overført eller på en eller annen måte tilknyttet organismen. ”De erverves og formes gjennom folks kontakt med sine omgivelser etter som de vokser til. Holdninger er følgelig ikke fastlagt en gang for alle, selv om de fortsatt er relativt vedvarende når de først er etablert” (ibid. 114).

Waldahl viser til at verdier og holdninger er stadig skiftende avhengig av hvilken påvirkning man utsettes for. Selv om verdier fungerer som en overordnet rettesnor for konkrete holdninger, eksisterer det et gjensidig avhengighetsforhold mellom verdier og holdninger. Når man er i kontakt med informasjon som bekrefter det verdigrunnlaget man har,

befester disse verdiene. Hvis det er et misforhold mellom konkrete erfaringer og verdigrunnlaget man har, vil dette virke svekkende på de verdiene man har (ibid.120). ”Et slikt misforhold kan rettes opp gjennom tilpasning av konkrete forhold, men på sikt er det begrenset hvor store motsetninger som kan tolereres uten at verdigrunnlaget blir berørt. (...) ”Holdninger er byggeklossene som verdiene er bygd opp av, og hvis mange av dem skifter form, endrer også det samlede byggverket seg” (ibid.120). Waldahl viser til at det er vanskelig å endre grunnleggende verdier og sentrale holdninger, de har som regel eksistert lenge og er godt etablerte, mens mer perifere holdninger lettere lar seg endre. ”I vurdering av mediepåvirkning er det derfor viktig å vie forholdet mellom budskapets innhold og publikums holdninger stor oppmerksomhet” (ibid.121). Waldahl viser videre til at holdninger skapes gjennom bearbeiding av ytre sanseinntrykk, og lagres i folks mentale skjemaer for senere bruk. Vi vil komme tilbake til en mer utførlig fremstilling av hvordan holdninger dannes ved hjelp av utvikling og forsterkning av mentale skjemaer når vi drøfter ungdoms syn på verdier i ulike medieprodukter i avsnitt 5.4. Det finnes utallige eksempler på medieprodukter som kan oppfattes å inneha et noe ”tvilsomt” innhold sett i lys av teori om medieprodukter, mentale skjemaer og holdningsdannelse. Interesserte kan lese en kort oppramsing av ulike medieprodukter i vedlegg 11 (avsnitt 9.1.11).

3.10 Kommunitarisme og en ekspressiv språkteori

Innledningsvis leste vi om Plaisance (2002) der han løfter fram Michael Ignatieffs argumentasjon for en ny global mediekultur, der der massemedia inntar nye roller som ”voktere” for moralsk engasjement i stedet for å fokusere på *konsekvensene* av etniske konflikter (Plaisance 2002:5, min oversettelse). Plaisance vektlegger Ignatieffs bekymring over hvordan mediene, særlig tv-nyhetene, fokuserer på konsekvensene av menneskelig atferd, noe som kan skape og opprettholde etnisk hat, og at tv-nyhetene på denne måten oppgir sin forklarende rolle i å hjelpe publikum til å forstå årsakene bak konflikten (Plaisance 2002:210, min oversettelse). Plaisance viser til bakgrunnen for Ignatieffs argumentasjon, og vektlegger at historien har kastet vrak på konseptet av absolutte menneskelige verdier, og at global kommunikasjon, fremfor noe annet, må mediere mellom moralske verdener i konflikt (Plaisance 2002:210, min oversettelse). Ifølge Plaisance innehar Ignatieff en filosofisk dimensjon i sin fortellende journalistikk som krigsreporter på Balkan, hvor betydningen av menneskelig identitet, pluralisme og motstridende moralske verdier er i fokus, og hvor fremtidige journalistiske utfordringer nå ligger i å oppdage hvordan man best manøvrerer mellom og skaper mening mellom moralske verdener i opposisjon. Ignatieff

kaller for nye distinksjoner for ”en medieetikk som ærer, fremfor alt, hva det vil si å være menneske i lys av hva han argumenterer for at er realiteten av moderne pluralisme” (Plaisance 2002:206, min oversettelse). Ifølge Plaisance posisjonerer Ignatieff seg som forsvarer for en journalistikk med grunntoner i kommunitaristisk etikk og tankegang, hvor journalistens moral avgjør kvaliteten på journalistikken (ibid.207). Plaisance viser til at Ignatieff i sin fortellende journalistikk viser til ”at nasjoners nederlag i å spille en avgjørende rolle i å ende blodsutgytelser er et resultat av nasjonenes avstandstagen fra å motarbeide den stigende stammelojaliteten som truer med å svekke moderne samfunn” (ibid.208). Videre vektlegger Plaisance Ignatieffs kommunitaristiske tanker om identitetsutvikling som en sosial konstruksjon basert på anerkjennelse, og viser i den sammenheng til Taylor (1994) som, når han snakker om multikulturell identitet, peker på at vår moderne tid har frembrakt forhold hvor det å søke anerkjennelse i sine omgivelser kan ende i nederlag. Ifølge Taylor vil man få samfunn til å fungere når man definerer mennesker ut fra hvilke *behov* de har, fordi dette omslutter både individuelle og sosiale komponenter i identitetsforståelse. ”Det er dette fundamentale språket som media, dersom de skal spille en konstruktiv rolle i å bevare og promotere menneskelige verdier, må basere seg på” (Plaisance 2002:209, min oversettelse). Plaisance viser til at Ignatieffs bilde av ”journalisten som moralsk vitne”, impliserer et grunnleggende skifte i oppfatning og praktisering av journalistikk, ”- denne nye typen journalist vil konsentrere seg mest om å oppdage og forklare årsakene heller enn å brodere på konsekvensene av konfliktene (ibid.209). ”Det haster mer enn noen gang med nødvendigheten av denne nye fremgangsmåten, siden vi er vitne til en stigende stammeidentitet som har utviklet seg som resultat av fremmedgjøring fra det moderne livet. Et samfunn hvor fremmede opplever tilhørighet, føler seg inkludert og føler felles ansvar overfor hverandre, hviler på tillit, hevder Ignatieff (1984), og tillit hviler i sin tur på ideen at *bortenfor forskjellene, er der identitet*” (Plaisance 2002:209, min oversettelse). Ignatieff argumenterer for at den liberale vestlige filosofien har løftet konseptet av frihet til en nesten hellig status på bekostning av andre, like viktige essensielle menneskelige behov, og at de fragmenterte fremmedgjorte virkelighetene i vår moderne verden har demonstrert at å helliggjøre frihet over alle menneskelige behov er utilstrekkelig. I denne sammenhengen argumenterer Ghazlan for at ytringsfriheten ikke er absolutt, og henviser til ytringsfrihet i FNs konvensjoner, artikkel 19, hvor det poengteres at ytringsfriheten inneholder bestemte plikter og ansvar, og at det i artikkel 20 slås fast at ”fremme av nasjonalt, rasemessig eller religiøst hat som oppfordrer til diskriminering, fiendtlighet eller vold, skal forbys ved lov” (ibid.91). Ghazlan viser til Francis

Sejersted, som er en sterk forsvarer av ytringsfrihet i Norge, som under karikaturstriden kom med følgende utsagn: ”Ytringsfriheten er en kjerneverdi, den må vi holde fast på, men den har ingen absolutt verdi. Den er ingen menneskerettighet. Vi har ikke noe fundamentalistisk syn på ytringsfriheten i vår grunnlov. Der er ytringsfriheten begrunnet utilitaristisk, det vil si ut fra nytten i forhold til sannhet, demokrati og fri meningsdannelse. Denne nyttetenkningen åpner jo for visse begrensninger” (Ghozlan 2008:99). Dette er i tråd med Ignatieffs argumenter for en teori hvor absolutt frihet ikke er veien å gå for å oppnå menneskelig godhet, men at menneskelig godhet heller oppnås via et sett av valg over alternativer av hva mennesker *trenger*, hvilke *behov* de har, for å bringe fram menneskelighet, ikke hva de trenger for å være glade og lykkelige (Plaisance 2002:209, min oversettelse). Plaisance viser til at Ignatieff med sitt arbeid blåser nytt liv i *kommunitarismen*, en filosofisk retning som ifølge Plaisance utfordrer den ”Rawlsianske hang til rettferdighet som guide til moralske prinsipper, fordi et slikt system baserer det moralske premium på *rettigheter*, og underordner alle andre krav for å oppnå menneskelig godhet (Plaisance 2002:210, min oversettelse). Taylor (1990) hevder at et slikt system setter et menneskes ego og personlige identitet foran den ”moralske hesten”, og at vi ikke tilstrekkelig kan vite hva en autonom menneskelig identitet består av, før vi kjenner til det moralske rammeverket hvor denne identiteten opererer. ”Og dette, sier Taylor, er grunnen til at vi må verdsette menneskelig godhet som moralsk krav, fremfor individets rettigheter, fordi det gode alltid er i forkant av det riktige. ... det gode er det, som når det artikuleres, konkretiserer / setter opp visse regler som definerer det som er riktig” (Taylor, 1990:89, sitert av Plaisance 2002:210). Plaisance viser til Ignatieff som i denne sammenhengen argumenterer for nødvendigheten av et ”språk basert på behov”, og dette språket vil bidra til å gjenopprette den moderne løsrivelsen fra identitet, gjennom den private og den offentlige sfæren, uten at det går på bekostning av generell frihet. ”Han støtter Christians et al. (1993) som etterlyser et mediesystem som kultiverer samfunnsmessige endringer ved å plassere førsteprioritet på universell menneskelig solidaritet” (ibid.210). Videre, ”Ignatieff foreslår at de voldssyklusene vi har vært vitne til som følge av etnisk autonomi og identitet bør gi oss en lærepenge, og at en kommunitaristisk innfallsvinkel kan være den beste måten å redde vår kritiske offentlige identitet” (ibid.210). ”Hva vi trenger, sier Ignatieff (1997:105), er et langvarig uspektakulært engasjement i å gjenoppbygge samfunnet, og media spiller en viktig rolle i denne sammenhengen. Utviklingen av globaliseringen har medført en tendens i retning moralsk vemmelse som viser sårbarheten i de moralske båndene som forbinder en verden i utvikling” (Plaisance 2002:211). Plaisance argumenterer for at den

journalistiske objektiviteten er for svak, og at den globale scenen, sett i sammenheng med fremveksten av global stammeidentitet, har plassert ny makt – og nytt ansvar – på massemedia. Han illustrerer hvordan Ignatieff i denne sammenhengen viser til det upartiske moralske engasjementet som Røde Kors (ICRC) viste i Srebrenica under etniske opptøyer i 1995, og peker på hvordan dette kan være til etterfølgelse for massemedia i arbeidet med å gjenoppbygge samfunnet. En pluralistisk innfallsvinkel preget av moralsk etikette, er ifølge Ignatieff avgjørende for å lykkes i dette (Plaisance 2002:211). Teorien om menneskelige behov i den moderne æra fordrer nå journalister med moralsk ryggrad som gjør noe annet enn å skape avstand til ”fremmede”, de må gjøre mer enn å gjøre oss til passive kikkere til andres lidelse (ibid.211). ”På samme måte som Røde Kors er voktere mellom det menneskelige og det umenneskelige, så krever den nye globale rollen etisk bevisste journalister som sprer moralsk kapital, fordi fraværet av forklaringen av etniske konflikter som dekkes vil bare utradere etisk engasjement” (Plaisance 2002:211). I denne sammenhengen er ikke verdien frihet idealet, men heller en journalistikk som baserer seg på menneskelige behov, med utgangspunkt i en universell menneskelig natur. En ny global virkelighet fordrer en ny mediarespons (Plaisance 2002:211).

4. Metode

I dette kapittelet presenteres undersøkelsens forskningsdesign, som viser til ”en samlet plan for innsamling av datamateriale, bearbeiding, analyse og formidling av forskningsresultater” (Østbye et al. 2007:260).

4.1 Valg av forskningsstrategi

For å kunne slutte noen tendenser på basis av problemstillingen og forskerspørsmålene, er det nødvendig å gå i bredden med et relativt bredt utvalg respondenter. Den holdning elevene har til de ulike samfunnsverdiene som fremkommer i undersøkelsen, vil et stykke på vei si litt om *hvorvidt* de mener at mediene bør reflektere samfunnsverdier ut fra forståelsen av at mediene preger utviklingen av kulturen, og *hvilke* verdier de mener er viktige at er i fokus. Dette vil gi oss en forståelse av hvordan ungdom oppfatter medienes rolle som verdiformidler. Undersøkelsen søker å beskrive / kartlegge denne delen av virkeligheten, og kan derfor kalles en deskriptiv kartleggingsstudie (Hellevik 2009). Undersøkelsen består av et strukturert spørreskjema med noen åpne bokser hvor respondentene kan uttrykke tanker og meninger i relasjon til spørsmålene som stilles. På basis

av at undersøkelsen baserer seg på et bredt utvalg respondenter, kan man si at undersøkelsen er *ekstensiv* (Østbye et al. 2007:267).

4.2 Kvantitativ spørreundersøkelse

Empirien som skal danne utgangspunkt for analysen vil derfor hentes fra en kvantitativ elektronisk publikumsundersøkelse (Hellevik 2009:13). Utgangspunktet for analyse i en kvantitativ undersøkelse er en datamatrise der informasjonen er gitt i form av kodetall (Hellevik 2009:198). De teknikkene som benyttes til å forenkle og sammenfatte tallmassen i matrisen, utgjør den delen av anvendt statistikk som kalles *deskriptiv statistikk*. Datamaterialet fra undersøkelsen vil overføres til programmet SPSS, som er til hjelp for å beregne datamaterialet og finne de sammenhengene mellom enhetene og variablene vi er ute etter. Resultatene av de statistiske beregningene gjort av SPSS vil bli vist i tabeller som vil gi oss et bilde på fordelingen av verdiene på de ulike variablene, og som etter koding og klassifisering vil bli gjenstand for analyse. Se vedlegg 5 i avsnitt 9.1.5 for en oversikt over spørreskjemaet slik det så ut før det ble overført til nettskjema.

4.3 Tidsmessige metodebegrensinger

For å styrke undersøkelsens validitet (gyldighet) kunne jeg, dersom tid og omfang tillot det, kombinert kvantitative data med en dokumentanalyse, for å bygge opp under svarene elevene ga i forhold til medier som svekker en etisk tenke- og handlemåte. Jeg kunne også via semistrukturerte fokusgruppeintervju hatt et epistemologisk utgangspunkt (Kvale & Brinkmann 2009:68-69) hvor et utvalg elever med ulik kulturbakgrunn kunne ha diskutert spørsmålene reist i undersøkelsen, for å få en bedre forståelse av elevenes holdninger til verdier i mediene, men også for å utdype spørsmålene og slik legge til rette for produksjon av ny kunnskap (Kvale & Brinkmann 2009:69-71), ervervet både av meg som intervjuer og av informantene. Analysen av intervjudata kunne hatt et fenomenologisk perspektiv som omfatter vektlegging av intervjupersonenes bevissthet og livsverden, og en dialektisk tilnærming, der man vektlegger motsigelser i utsagn og den indre relasjonen mellom kunnskap og handling (Kvale & Brinkmann 2009:70-71). Empiri fra fokusgruppeintervjuene kunne vært verdifulle for å undersøke om de ga en sammenfallende beskrivelse av den virkeligheten vi søker å kartlegge kvantitativt. Informantene ville i tillegg fått mulighet til å utdype sine synspunkter og holdninger, samt utvikle nye i diskusjon med andre på basis av ny kunnskap og nye innfallsvinkler som kunne fremkommet i diskusjonen. Dette ville ha vært spontane uttalelser, og transkribert materiale vil bli sett i sammenheng med empiri fra

spørreundersøkelsen for å styrke, eventuelt svekke empiri den kvantitative undersøkelsen ga. En slik datatriangulering har som formål dels å teste metodene for å se om man kommer fram til samme resultat med ulike metoder, dels å styrke tilliten til analyseresultatene hvis en kommer fram til samme resultat med ulike metoder (Østbye et al 2007).

4.4 Undersøkelsens utvalg

Undersøkelsen søker å kartlegge ungdoms oppfatning av virkeligheten, motivasjon for utdanning, selvfølelse og verdisyn i mediene. Som nevnt innledningsvis er det mange ungdommer som ikke fullfører videregående skole, og hadde utvalget også bestått av elever på 1. trinn i videregående skole, så ville vi sannsynligvis fått et annet bilde av den virkeligheten som her blir beskrevet, enn det vi får i denne sammenhengen hvor målgruppen er ungdom over 18 år i videregående skole. Tidsbegrensning og arbeidsmengde gjorde det naturlig å fokusere på myndige personer, da jeg på denne måten slapp arbeidet med å innhente foreldrenes samtykke til gjennomføring av undersøkelsen. I mars 2011 begynte jeg arbeidet med å tilnærme meg rektorer i videregående skoler, og planen var å gjennomføre undersøkelsen samme vår. Jeg opplevde forsinkelse på dette etter henvendelse til Utdanningsetaten i Oslo, og kom derfor ikke i gang med innhenting av data før på høsten 2011.¹⁰ Erfaringen med å ringe til rektorer i august lærte meg at de som regel sitter i møter, og det er vanskelig å treffe dem på telefon. Mange rektorer viste til at skolestart er den tiden med mange kartleggingsprøver, og flere nevnte at det er svært stor pågang fra studenter som ønsker å få tilgang til elevene for sine undersøkelser. Det var ikke så lett å få godkjenning til undersøkelsen som jeg trodde. Etter flere tidkrevende ringerunder til videregående skoler i Oslo, med både negative og positive resultater, besluttet jeg å sendte ut en felles e-post til rektorene til følgende fylker: Akershus, Østfold, Vestfold, Buskerud, Oppland, Aust-Agder, Vest-Agder og Hedmark. Flere skoler unnlot å svare, noen skoler hadde ikke mulighet til å delta, mens atter andre viste både engasjement og interesse for temaet som ble tatt opp. 658 elever til sammen besvarte undersøkelsen, fordelt på 23 skoler fra fylkene nevnt over. Jeg vil sende en oversikt over undersøkelsens funn i kortfattet form til skolene som deltok når resultatene foreligger, til bruk i undervisning i samfunnsfag og religions og etikk, noe flere av rektorene viste stor interesse for. Denne tilnærmingsmåten gjorde at det ble praktisk vanskelig

¹⁰ På oppfordring av Utdanningsetaten sendte jeg informasjon om undersøkelsen og informasjonsskrivet som var utarbeidet i samarbeid med NSD – Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste, som i forkant hadde godkjent og tilrådd undersøkelsen. Etter noen uker får jeg svar fra Utdanningsetaten om at undersøkelsen ikke godkjennes fordi den ikke er skolerelevant og at det var for kort tid til eksamen. Jeg sender en oversikt over de kompetansemålene (fra Utdanningsetaten) som bekrefter relevansen av verdifokus i skolen, videregående trinn VK1. Mot slutten av juni får jeg telefon fra Utdanningsetaten om at jeg kan gjennomføre undersøkelsen, noe som medførte at den da måtte gjennomføres på høsten 2011 i stedet for på våren.

å sette opp en universliste jeg kunne trekke ut enheter fra (Hellevik 2009:126), og ut fra dette kan man ikke si at det er foretatt et sannsynlighetsutvalg av enheter til denne undersøkelsen (Hellevik 2009:114-119). Utvalget kan derfor ikke sies å være representativt for alle relevante enheter i universet (Hellevik 2009:114), noe som legger hindringer for å kunne generalisere funnene til å ha gyldighet for all ungdom på 3. trinn videregående skole i Østlandsområdet. Slik kan man heller ikke ut fra sannsynlighetsteori beregne hvor store tilfeldige avvik man må regne med (Hellevik 2009:120). Til en viss grad kan man si at utvalget er foretatt ved hjelp av selvseleksjon (Hellevik 2009:122), i det at først rektorer sa seg positive til undersøkelsen, og deretter de aktuelle lærerne, som valgte å tilrettelegge undersøkelsen til sine elever.

De slutningene som foretas i analysen vil derfor være basert på resonnementer av ikke-statistisk art. Selv om man ikke kan generalisere funnene undersøkelsen gir med stor grad av sikkerhet, er det heller ingen markant grunn til å tro at de 658 enhetene som er undersøkt, skiller seg nevneverdig fra øvrige enheter i universet når det gjelder de egenskapene oppgaven søker å kaste lys over. Ut fra dette kan vi si at undersøkelsen vil avdekke *tendenser* om ungdom og verdisin i mediene.

4.5 Operasjonalisering og verdier i fokus

Undersøkelsen dreier seg om verdier og holdninger, og det var naturlig å ta utgangspunkt i de fellesmenneskelige verdiene Bostadutvalget utarbeidet for grunnskolen i 2007, hvor den kristne formålsparagrafen er utelatt, og som er vedtatt og gjeldende fra og med 4. april 2008. Bakgrunnen for endring av Opplæringsloven er at gjeldende formålsparagrafer lenge har vært omstridt, særlig på grunn av formuleringene om ”ei kristen og moralsk oppseding” (grunnskolen) og ”oppdragelse i samsvar med kristne grunnverdier” (barnehagen). Utvalgets mandat var å ta stilling til hva som skal være grunnleggende verdier i vårt flerkulturelle samfunn (Bostad 2008). Utdraget under er utgangspunkt for en del av rammeverket for utformingen av den delen av undersøkelsen som omhandler verdier:

Opplæringsloven § 1-2:

Opplæringa i skole og lærebedrift skal opne dører mot verda og framtida og gi elevane historisk og kulturell innsikt. Ho skal byggje på respekt for menneskeverdet, på åndsfridom, nestekjærleik, likeverd og solidaritet, slik desse grunnleggjande verdiane kjem til uttrykk i kristen og humanistisk tradisjon, i ulike religionar og livssyn, og slik dei er forankra i menneskerettane. Opplæringa skal fremje demokrati, likestilling og vitskapleg tenkjemåte. Elevane skal utvikle kunnskap, dugleik og holdningar for å kunne meistre liva sine og for å kunne delta i arbeid og fellesskap i samfunnet. Dei skal få utfalde skaparglede, engasjement og utforskartronge. Elevane skal lære å tenkje kritisk, handle etisk og ta økologisk ansvar. Dei skal ha medansvar og høve til medverknad. Skolen og lærebedrifta skal møte elevane med tillit og

krav, og gi dei utfordringar som fremjar danning og lærelyst. Alle former for diskriminering skal motarbeidast. Skolen skal samarbeide med heimen.¹¹

Målformuleringen viser til verdier som skal være styrende for undervisningen i norsk skole, som skal utdanne elevene til å bli bevisste, ansvarlige og selvstendige samfunnsaktører. Jeg har operasjonalisert utvalgte nøkkelbegreper / verdier i teksten og latt dem danne utgangspunkt for spørsmålene i undersøkelsen. Der det er naturlig vil det være en tekstboks hvor respondentene kan utdype synspunktene sine. Jeg har tatt utgangspunkt i verdiene *åndsfrihet, nestekjærlighet, likeverd og solidaritet, demokrati, likestilling, menneskerettslige forpliktelser, fellesskap, engasjement, etisk handlemåte, lærelyst, motarbeide diskriminering, tillit og respekt*. Disse verdiene er videre operasjonalisert til påstander som elevene tar stilling til, og som fungerer som de avhengige variablene i undersøkelsen.¹²

På basis av at den kristne formålsparagrafen skulle fjernes for å unngå diskriminering av ikke-kristne, arbeidet utvalget seg fram til fellesmenneskelige verdier som går på tvers av ulike religioner og livssyn (Bostad 2008:148), og som slik leverte på det mandatet de fikk om å ”klargjøre de verdiene som binder nasjonen sammen i et fellesskap” (Bostad 2008:152). I tråd med teori presentert i kapittel 3, peker Bostad på at verdier som i dag preger samfunnet er ”fruktene av en økende materialisme, egosentrisme og forbrukerorientering, ispedd en god porsjon selvtilfredshet” (Bostad 2008:154), og at verdiene utvalget kom frem til derfor ”er motkulturelle, i den forstand at de er forsvarere av tradisjoner, tenkemåter, og etisk, erkjennelsesmessig og vitenskapelig innsikt, og at de i den forstand har en normativ funksjon” (Bostad 2008:154).

4.6 Definisjoner

Enhetene (Hellevik 2009:48) i denne undersøkelsen er elever i videregående skole i Østlandsområdet som er 18 år eller eldre. Termen *verdier* opptrer på to måter i oppgaven. For det første er det snakk om de verdiene undersøkelsen ønsker å måle variasjonen i, dette er de ”myke” verdiene medmenneskelighet, omsorg, ærlighet etc., og som samlet er definert som ”myke samfunnsverdier” / ”en etisk tenke- og handlemåte”. Videre er det de mer ”politiske” verdiene (ytringsfrihet, demokrati, likeverd etc.) som sikrer verdier som stemmerett og religionsfrihet. Både de ”myke” verdiene og de ”politiske” verdiene vil fremover bli definert

¹¹ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/pressesenter/pressemeldinger/2007/enstemmig-om-nye-formalsparagrafer.html?id=472040>

¹² Se avsnitt 1.1 for oversikt over operasjonaliseringen fra verdiene i Opplæringsloven til avhengige variabler i undersøkelsen.

som *samfunnsverdiene*, altså de samfunnsverdiene vi ønsker å måle variasjonen i, og som er å finne i del to i undersøkelsen. Deretter har vi de verdiene som respondentene plasserer seg på når det gjelder de ulike variablene. Disse vil bli referert til som *variabelverdiene*, for å hindre en eventuell begrepsuklarhet rundt termen ”verdier”. Analysen vil operere med både univariat, bivariat og multivariat analyse (Østbye et al 2007 og Hellevik 2009).

4.7 Gjennomføring av undersøkelsen

De videregående skolene som ga sitt samtykke til undersøkelsen fikk tilsendt URL-adressen (nettadressen) til undersøkelsen på e-post, som er utarbeidet via *Nettskjema* som er et datainnsamlingsverktøy UiO gir tilgang til. For å unngå at andre enn elever besvarte undersøkelsen, valgte jeg å gjøre nettskjemaet utilgjengelig utenom skoletid. Elevene er ikke fremmede for de verdiene som de skulle ta stilling til i del to i undersøkelsen. Dette er verdier som går igjen i flere kompetansemål i samfunnsfag og religion og etikk som er obligatorisk for alle elever i VK1, det vil si det første året i videregående skole. I introduksjonsskrivet som er første side i nettskjemaet, blir elevene gjort oppmerksomme anonymitet, bakgrunnen for undersøkelsen, undersøkelsens relevans, og målet med undersøkelsen. De gjøres oppmerksomme på at dataene som fremkommer i undersøkelsen vil kunne være et bidrag i arbeidet med å legge forholdene til rette for ungdom i oppvekst, og håpet var at dette skulle virke motiverende. Slik håper jeg å kunne unngå såkalt intervju effekt hvor respondentene svarer slik de tror det er ønsket av dem (Østbye et al. 2007:150). Elevene ble også informert om at undersøkelsen er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste AS, og at alle data ville bli anonymisert og behandlet konfidensielt, og slettet etter bruk, samt at forsker er underlagt taushetsplikt. Til slutt gjøres elevene oppmerksomme på at dersom de klikker seg videre og besvarer undersøkelsen, så betraktes dette som informert samtykke til å delta i undersøkelsen.¹³

Én skole sa seg villig til å gjøre en *pilotering* av undersøkelsen, en kvalitetssjekk som gir tilbakemelding på at undersøkelsen fungerer slik den skal. Religionslæreren ved den aktuelle skolen la linken til undersøkelsen på Fronter, og elevene klikket seg inn. Det var treghet i datasystemet, men da elevene kom inn på siden, tok det mellom 10 og 15 minutter å besvare den. Læreren gjorde meg oppmerksom på at det manglet et svaralternativ på et av spørsmålene, noe jeg rettet på før andre klasser besvarte undersøkelsen. Ifølge læreren er elevene vant til undersøkelser, og av og til litt lei dem, men etter sommerens terror var flere

¹³ Se vedlegg 7 under avsnitt 9.1.7 for å se ”Første side i undersøkelsen – informasjon til elevene”.

av elevene interessert og motivert for å diskutere verdier og holdninger i samfunnet i etterkant av undersøkelsen. For å sikre intersubjektivitet, har jeg gjort rede for samtlige steg i forskningsprosessen, slik at leserne skal kunne foreta en selvstendig *kontroll* av om konklusjonene etter deres mening er tilstrekkelig underbygd av resultatene (Hellevik 2009: 16, Østbye et al. 2007:29-30.)

4.8 Databehandling av avhengige og uavhengige variabler

Det første jeg gjorde var å føre data fra Nettskjema over til dataprogrammet SPSS, som foretok de matematiske beregningene som må til for å kunne hente ut de tabellene som danner utgangspunkt for analysen. Utgangspunktet for analysen er en datamatrise, hvor opplysningene gjengis i form av tallkoder (Hellevik 2009:198), og som inneholder den informasjon som er gitt av elevene via undersøkelsen. Jeg har analysert datamaterialet ved å trekke ut de tabellene jeg trengte for å kunne besvare problemstillingen” (Hellevik 2009:195).¹⁴ Utgangspunktet er et uttømmende klassifikasjonsskjema der enhetene kun kan plasseres i en kategori, det vil si tilordnes én verdi på variabelen, skjemaet er derfor gjensidig utelukkende (Hellevik 2009:49). Siden analysen opererer med gjensidig utelukkende kategorier, er variablene på nominalnivå (Hellevik 2007:177), noe som legger til rette for målinger hvor jeg har sett etter forskjeller og likheter på variablene (Hellevik 2009:179), i forhold til hvordan enhetene plasserer seg på de ulike samfunnsverdiene nevnt i del to i undersøkelsen. Jeg mener å ha imøtekommet kravet om fruktbarhet, dvs. at enheter med samme variabelverdi skal ha noe mer felles enn bare denne verdien” (Hellevik:49).

I hvilken grad elevene rangerer de ulike samfunnsverdiene nevnt i undersøkelsen etter grad av viktighet, er det vi vil kartlegge / studere variasjonen i. De ulike samfunnsverdiene i del to i undersøkelsen er derfor de avhengige variablene. *Hva* som eventuelt kan forklare i hvilken grad elevene rangerer verdiene ulikt, er derfor klassifisert som uavhengige variabler (Østbye et al. 2007:173). Det vil si at del én i undersøkelsen, som inneholder variabler som gjør at vi kan klassifisere elevene i ulike kategorier, er de uavhengige variablene, altså personlighets- og bakgrunnsvariablene. Disse består av kjønn, tanker og håp for framtiden i forhold til utdanning og jobb, selvtilitt, religion, følelse av norskhet og i hvilken grad de det gjelder føler seg integrert i samfunnet, samt overbevisninger og åndelighet.

¹⁴ Se vedlegg 1, 6, og 7 under kapitlene 9.1.5, 9.1.6 og 9.1.7 for kodingen av tallverdiene i datamatriksen.

De uavhengige variablene er slått sammen til sammensatte mål / indekser, for å forenkle datamatriksen. Disse indeksene er videre omkodet til å bli dikotome variabler, med kun to verdier tilhørende hver variabel. Oversikten over klassifiseringen av de uavhengige variablene viser hvordan de angir ulike kategorier enhetene samles inn under.¹⁵ For å lette analysen enda mer, har jeg omkodet disse uavhengige variablene ved å slå dem sammen ytterligere.¹⁶ Som det fremgår av vedlegg 4 (avsnitt 9.1.4) så er v27 "Optimisme" gjort dikotom med to verdier, "Høy optimisme" og "Lavere optimisme". For at enhetene skal kunne klassifiseres innenfor "Høy optimisme", må de ha krysset av for verdi 1 på v2 (tillit til fremtid og jobb), verdi 1 på v3 (positiv og godt håp for fremtiden) og verdi 2 på v4 (god selvtillit). Jeg ser i etterkant at inndelingen kanskje har vært litt "streng", og at jeg nok kunne gjort den litt "finere" for å få frem flere nyanser. Det er særlig variabelen som måler elevenes selvtillit som gjør at gruppen "Høy optimisme" er markant liten i forhold til gruppen "Lavere optimisme".

Vedlegg 2, avsnitt 9.1.2 viser klassifiseringen og kodingen av de samfunnsverdiene vi ønsker å *måle variasjonen* i, de avhengige variablene. Dette er de myke samfunnsverdiene som empati, omsorg, medmenneskelighet etc. (som utgjør variablene 13 til 18). Variablene 13-18 ble i første omgang hver for seg omkodet til å inneholde kun to variabelverdier slik at variablene ble dikotome (Hellevik 2009:182, Østbye et al. 2007:171), med verdiene: "positiv" og "negativ/usikker". Variablene 13-18 ble videre slått sammen / omkodet til én indeks (Hellevik 2009:307-317), et sammensatt mål, - altså én variabel (v41), med seks *sumskårer* (Hellevik 2009) – dvs. at de enhetene som plasserer seg på verdiene "viktig" og "litt viktig" på samtlige av de seks opprinnelige variablene, utgjør sumskåre 6 (som utgjør 66% av enhetene). De enhetene som plasserer seg på "viktig" eller "litt viktig" på fem av de seks variablene, utgjør sumskåre 5 (16% av enhetene). Sumskåre 4 (5,3%) består av de enhetene som har krysset av for "viktig" og "litt viktig" på fire av variablene, osv. v41 er videre omkodet til å bli v42, med tre tilhørende verdier: Sumskåre 6 utgjør én verdi: "Høy grad av positivitet", sumskåre 5 utgjør én verdi: "middels grad av positivitet", og sumskåre 4, 3, 2, 1 og 0 (til sammen 17.1% av enhetene) utgjør én verdi: "Lav grad av positivitet".¹⁷

Vedlegg 2, avsnitt 9.1.2 inneholder klassifiseringen av de avhengige variablene som utgjør de mer *politiske* samfunnsverdiene som ytringsfrihet, demokrati, likestilling etc.

¹⁵ Se vedlegg 1, avsnitt 9.1.1.

¹⁶ Se vedlegg 4, avsnitt 9.1.4.

¹⁷ Se vedlegg 2, avsnitt 9.1.2.

(variablene 19-25). Variablene 19-25 er også omgjort til dikotome variabler, (med verdiene ”positiv” og ”negativ/usikker”), men er ikke slått sammen, og vil bli behandlet hver for seg i analysen. Vedlegg 3, avsnitt 9.1.3 viser variabel 26 som den siste avhengige variabelen, og som er utgangspunkt for å kartlegge hvorvidt elevene mener at ulike medier bidrar til å svekke en etisk tenke- og handlemåte. I etterkant av dette lukkede spørsmålet, er det lagt til et åpent spørsmål, en tekstboks, hvor elevene kan utdype mer spesifikt hvilke medier de tenker på. Dette har jeg kategorisert for hånd, og gjort opptellinger over hyppigheten av hvor ofte de enkelte mediene er nevnt. Disse henvisningene vil bli trukket inn i analysen. To andre åpne spørsmål er også lagt til undersøkelsen. Det ene er der hvor elevene kan utdype sine tanker om tro og overbevisninger, og det andre er der hvor elevene kan si litt om sine tanker og refleksjoner de har fått i løpet av undersøkelsen.

4.9 Validitet og reliabilitet

Jeg mener de data som er hentet inn, samt analysen av dem er valide (gyldige / bekreftbare) og innehar relevans i forhold til problemstillingen (Østbye et al. 2007:25, Hellevik 2009:52). Spørsmålene i undersøkelsen er alle reflektert i problemstillingen og forskerspørsmålene, og innsamlede data har derfor relevans for analysen.¹⁸ For å sikre definisjonsmessig validitet må det være samsvar mellom bruk av begreper på det teoretiske planet og på empiriplanet (Hellevik 2009:51).¹⁹ ”Overgangen fra teoretiske begrep til begrep som brukes i den empiriske undersøkelsen, kalles gjerne operasjonalisering” (Østbye et al. 2007:26). Jeg mener at de avhengige variablene er operasjonalisert fra teoretiske begreper til operasjonelle definisjoner og viser tilnærmet *umiddelbar validitet* (”face validity”) (Hellevik 2009:52).²⁰ Det er som nevnt ungdoms holdninger til verdier i mediene som søkes målt i denne undersøkelsen, og disse verdiene gjengis tydelig i de operasjonelle definisjonene, og samsvarer etter min vurdering tydelig og klart med de samfunnsverdiene vi ønsker å studere variasjonen i.²¹ I tillegg er undersøkelsen elektronisk, og det er ikke foretatt endringer underveis under innsamlingen av data som skulle tilsi at unøyaktigheter kan ha oppstått. Derfor mener jeg at innsamlingen av data er gjennomført med høy grad av reliabilitet (nøyaktighet) (Hellevik, 2009:52). Jeg har vært nøyaktig i alle ledd i prosessen, og mener derfor at både den definisjonsmessige validiteten og datas validitet er god. At

¹⁹ Se operasjonaliseringen fra verdiene i Opplæringsloven i tabell 1, avsnitt 1.1.

²⁰ Se vedlegg 2 (avsnitt 9.1.2) og vedlegg 3 (avsnitt 9.1.3).

²¹ Se vedlegg 5 i kapittel 9.1.5 for en oversikt over spørreskjemaet slik det så ut før det ble overført til Nettskjema.

operasjonaliseringen av begreper og innsamlede data har høy grad av validitet, vil dermed medføre at også analysen er sikret god validitet.

4.10 Målefeil

Til tross for at jeg over har argumentert for god validitet og reliabilitet i avsnittet over, så vil den virkeligheten undersøkelsen søker å kartlegge likevel ikke gi en 100 % gjengivelse av virkeligheten, og avviket mellom virkeligheten og data og analyse, kalles målefeil (Østbye et al. 2007:24). Det er mange faktorer som kan virke inn som gjør at den virkeligheten vi ønsker å forstå og måle ikke helt fanges opp med spørreskjemaet som er benyttet i denne undersøkelsen. Vi ønsker å lære om ungdom og verdisyn, forstått ut fra situasjon og bakgrunn til respondentene. Som nevnt tidligere ville vi sannsynligvis fått helt andre data dersom denne undersøkelsen ble holdt for elever i ungdomsskolen og i første og andre trinn i videregående skole. Slik ville vi ha fanget opp elever som avslutter studieforløpet før de kommer til 3. klasse videregående skole. I tillegg er analysen av svarene til de muslimske respondentene (33 respondenter til sammen) og til den sammenslåtte gruppen av respondenter med jødisk, buddhistisk og hinduistisk bakgrunn (36 respondenter) gjort på svært tynt grunnlag, i det at det er så få enheter innenfor hver av disse gruppene. All analyse av disse gruppene er derfor gjort med *forbehold*, på grunn av tynt grunnlag. Videre kan formuleringen av spørsmålene som utgjør de avhengige variablene (se tabell 1 avsnitt 1.1) diskuteres. Jeg har valgt å formulere spørsmålene normativt, for eksempel ”Mediene *bør* fokusere på at all form for rasisme må bekjempes”. Dette kan ha en ”ledende” effekt, hvor det er lett å si seg *enig*. For å være 100% sikker på respondentenes holdninger til verdiene, så kunne jeg ha formulert spørsmålene med motsatt innhold, for eksempel ”Mediene *bør ikke* fokusere på at all form for rasisme må bekjempes”. De som hypotetisk sett sa seg *uenig* i dette, kan i så fall tenkes å ha en klarere holdning til verdien ”å bekjempe rasisme”.

Holdninger og verdisyn springer ut fra den identitet den enkelte har. Konstruksjon og utvikling av identitet er en vedvarende prosess, og det er lett å anta at dette særlig gjelder i den alderen målgruppen befinner seg. Man utsettes stadig for påvirkning, både fra ulike miljøer og fra den medieverdenen eleven befinner seg i. Ny kunnskap og informasjon vil mane til nye refleksjoner og hvordan den enkelte forstår seg selv i det samfunnet og den kulturen han eller hun befinner seg i. Resultatene fra denne undersøkelsen kan derfor ikke hugges i stein. Det er hvordan vedkommende på det tidspunktet han eller hun besvarte undersøkelsen tenker omkring de ulike verdiene nevnt i undersøkelsen, som er gjenstand for

analyse. Undersøkelsens første del består av personlige spørsmål som selvtillit og åndelighet, og kan medføre at elevene svarer på måfå. Spørsmålet om religionstilhørighet ble av en person kommentert i et åpent spørsmål, ved at eleven sa at ”syntes det var ubehagelig å svare på dette med religion”. Videre kan det hende at elever med religiøs tilhørighet føler de er representanter for sin religion, og derfor gir ”korrekte” svar, selv om det ikke er det personen selv står inne for. Hvilken holdning læreren har til undersøkelsen, og den introduksjon han/hun gir elevene i forkant av den, vil også kunne spille inn på hvordan elevene svarte. Hvilken holdning elevene har til at mediene bør eller ikke bør formidle de aktuelle verdiene, trenger heller ikke nødvendigvis reflektere hvordan elevene tenker omkring de ulike verdiene. Det kan tenkes de mener at verdiene kan formidles i skolen og hjemme, og at medienes rolle ikke nødvendigvis bør berøre verdiformidling. Likevel, undersøkelsen måler i hvilken grad elevene mener mediene *bør formidle* verdier, med utgangspunkt i innledende tekst til del to, som referer til teori om at mediene tenkes å ha stor påvirkningskraft i forhold til hvordan samfunnet utvikler seg.²² Derfor velger jeg å tolke det slik at elevenes holdninger til mediene som verdiformidler av de ulike samfunnsverdiene som er listet opp i undersøkelsen, også gir en indikasjon på elevenes *holdninger* til de aktuelle samfunnsverdiene, i tillegg til elevenes holdninger til (masse) mediene som verdiformidlere.

4.11 Fremgangsmåter i analysen

For å få en første oversikt over innholdet i datamatriksen valgte jeg å trekke ut univariate frekvensfordelinger over datamaterialet (Hellevik 2009:209). Dette ga meg oversikt over hvor ofte de ulike verdiene for én variabel eller de ulike kombinasjonene av verdier for flere variabler forekommer hos enhetene som undersøkes (Hellevik 2009:201). En frekvensfordeling er en oversikt over hvor mange enheter som har de ulike verdiene på én variabel (univariat frekvensfordeling), eller de ulike kombinasjonene av verdier på to eller flere variabler (bivariat eller multivariat frekvensfordeling) (Hellevik 2009:200). I analysen vil vi ta utgangspunkt i både univariate, bivariate og multivariate tabeller.

Når man beskriver frekvensfordelinger ved hjelp av *statistiske mål*, skjer forenklingen ved at en beregner en tallmessig størrelse som er et konsentrert uttrykk for en bestemt egenskap ved fordelingen (Hellevik 2009:215). Vi kan eksempelvis nevne tre typer egenskaper ved en univariat frekvensfordeling: *Sentraltendens*, *Spredning (modalprosenten, variasjonsbredden, kvartaldifferansen, standardavviket)* og *Skjevhet* (Hellevik 2009:221). De

²² Se vedlegg 2 under kapittel 9.1.2.

hyppigst brukte målene for sentraltendens i en univariat analyse *modus*, *median* og *gjennomsnitt*. Denne undersøkelsen er ikke laget med tanke på bruk av slike statistiske mål, og vi vil derfor ikke gå nærmere inn på beskrivelsen av dem her.

Etter klassifisering og koding av variablene i SPSS, lå det til rette for å hente ut tabeller til analyse. Ulike kombinasjoner av variabler ga ny innsikt i datamaterialet, og derfor gjorde jeg noen endringer på forskerspørsmålene, og ved multivariate tabeller lå det til rette for å slå sammen flere av forskerspørsmålene til færre og mer sammenhengende spørsmål. Disse tabellene ga også mer innsikt og bedre oversikt over datamaterialet. Det er utallige muligheter for variabelkombinasjoner, og jeg måtte ha fokus på teorien som er presentert i kapittel 3 i tillegg til målet med undersøkelsen, i utvalg av variabelkombinasjonene. Jeg mener flere interessante forhold ble tydeliggjort i tabellene jeg bestemte meg for å bruke i analysen, og jeg mener at tabellene er aktuelle i forhold til teori, problemstilling og forskerspørsmålene.

5. Empiri og analyse

Dette kapittelet vil altså presentere data undersøkelsen har fremskaffet, og analyse av dem sett opp mot teori presentert tidligere i oppgaven. Avsnittene er delt inn etter forskerspørsmålene, og avslutningsvis i kapittelet vil jeg oppsummere analysen sett i lys av den overordnede problemstillingen.

5.1 Innledning

Innledningsvis vil vi se på univariate tabeller for å danne oss et inntrykk av datamaterialet. Deretter vil vi forsøke å få en dypere forståelse av empiri sett i lys av forskerspørsmålene. Vi vil primært se på multivariate tabeller, men noen bivariate tabeller vil også være utgangspunkt for analyse.

Undersøkelsen som ligger til grunn for oppgaven dreier seg om ungdom og medier, verdier og holdninger. Den overordnede problemstillingen er som nevnt: *Hva tenker ungdom om aktuelle samfunnsverdier i mediene, og i hvilken grad mener ungdom at mediene bør ansvarliggjøres som verdiformidler, i arbeidet med å kultivere og bygge kultur og samfunn?* Denne er operasjonalisert til seks forskerspørsmål, og ved tabellanalyse av empiri, vil vi søke å besvare forskerspørsmålene, som til sammen utgjør den overordnede problemstillingen.

Dette vil vi gjøre i tråd med teori presentert i oppgaven, i tillegg til teori som utdypes underveis, blant annet teori om holdningsdannelse teoretisert av Waldahl (1999).

5.1.1 Frekvensfordelinger

For det første er det interessant å bruke univariate frekvensfordelinger for å lære om ungdom generelt sett i lys av de ulike bakgrunnsvariablene og personlighetsvariablene. Her er det viktig å søke å unngå spuriøse effekter (Hellevik 2009:60). Dette gir oss en oversikt og et bilde av ungdom når det gjelder de uavhengige variablene som ”fremtidsoptimisme”, ”holdning til samfunnets krav”, om ”håp”, ”religion” og ”åndelighet”, ”selvtillit”, ”følelse av norskhet” og ”grad av integrasjon”, og vil gi en pekepinn på hvilke behov vi kan tenke oss at ungdom har i forhold til verdiformidling generelt. I forlengelse av dette vil vi se på noen av kommentarene elevene har gitt i forhold til tro og åndelighet. Videre vil en oversikt over frekvensfordelingen over de avhengige variablene bli presentert.

Deretter vil vi via univariat analyse undersøke respondentenes syn på hvorvidt de mener at det første settet av verdier, det vi kan oppsummere i en etisk tenke- og handlemåte, eller ”Den gylne regel”, er under press i ulike medier. Skulle det vise seg at elevene mener at verdier som dette *er* under press i enkelte medier, vil vi et stykke på veg forstå de holdningene elevene har i forhold til om de mener at medier bør *styrke*, heller enn eventuelt å *svekke* det verdisettet vi kan si at binder samfunnet sammen i et samarbeidende fellesskap. Skulle det vise seg at verdier *ikke* oppfattes å være under press i ulike medier, vil også dette gi en indikasjon på hvordan respondentene rangerer viktigheten av at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, som er forskerspørsmål 2. Multivariat analyse gir mer informasjon og innsikt innenfor hver tabell, vi vil på den måten være i stand til å se rangeringen av de ulike verdiene slik respondentene mener de bør reflekteres i mediene, ved å krysse de ulike bakgrunns- eller personlighetsvariabler nevnt over.

De ulike forskerspørsmålene vil bli forsøkt besvart i tur og orden og avslutningsvis i analysen vil vi se på hva ungdom mener om denne undersøkelsen og det fokus på verdier den har. Opplevs undersøkelsen som nyttig og lærerik, fungerer den som kilde til refleksjon omkring etablerte samfunnsverdier, eller var det bortkastet tid? Kan man, ut fra funnene denne undersøkelsen gir, konkludere med at det *er* viktig å snakke om verdier, nevne dem, artikulere dem ofte og slik mane fram refleksjoner omkring dem, for at de skal gjelde i hverdagen og holdes i hevd, slik Charles Taylor argumenterer for? Vil dette kunne ha noe å si for utvikling av identitet og selvfølelse, og slik gi håp og mestring til ungdom? Trenger vi mer

av diskusjonen om et formålstjent liv, basert på et definert verdigrunnlag som en felles verdihorisont, i tråd med Taylors ekspressive språkteori og kommunitaristiske strømninger? I det kommende vil vi søke å få tolkede svar på dette.

5.2 Oversikt over datamaterialet – univariat frekvensfordeling

Åndelighet, eller religiøsitet er et nøkkelord i denne oppgaven, dels på grunn av religionsdebatten som preger kulturen, dels siden verdier ofte oppfattes å være nært knyttet til religion, og ofte defineres via religion. Humanisme opererer også med et definert verdisett, og referert til Bostad (2008) er mange av de kristne og humanistiske verdiene sammenfallende. Når det gjelder ”Den gylne regel”, (*Du skal være mot andre slik du vil at andre skal være mot deg*) som er en *etisk tenke- og handlemåte*, så er den å finne i alle religioner og livssyn (Leirvik 2001). Dessuten argumenteres det i avsnitt 3.2 for at verdien ”ytringsfrihet” ikke bare er en vestlig verdi, men også en verdi man finner innenfor islam. Det er interessant å søke å besvare problemstilling og forskerspørsmål ut fra hvordan respondentene oppfatter seg selv i forhold til både religion, grad av integrasjon og norskhet, sistnevnte gjelder den delen av respondentene som har innvandrerbakgrunn, og som muligens urettmessig er stigmatisert i mediene. Religion, fremtidstanker, selvtillit, grad av integrasjon og overbevisninger og håp er derfor valgt som uavhengige variabler.

5.2.1 Bakgrunns- og personlighetsvariabler

Oversikten over bakgrunns- og personlighetsvariablene er å lese i det kommende, med frekvensene til hvert spørsmål i form av hyppighet og prosent i kolonnen til høyre. Dette er første del av undersøkelsen, og søker å gi oss et overordnet bilde av bakgrunnen og personligheten til respondentene, som forståelsesbakgrunn for tolkning og analyse.

Tabell 2: Frekvenstabellen under viser hvordan respondentene har fordelt seg på ulike bakgrunns- og personlighetsvariabler som ligger til grunn for analysen.

Spørsmål	Variabler	Antall	Prosent
Kjønn	Kvinne	375	57,0 %
	Mann	283	43,0 %
Tanker om fremtid 1	Jeg har planer for fremtiden og tillit til at jeg vil ta utdanning og få en jobb jeg vil trives med.	464	70,5 %
	Jeg har ikke store planer for fremtiden og tror det vil bli vanskelig å få en jobb jeg vil trives med.	36	5,5 %
	Jeg har planer for fremtiden, men er bekymret for at jeg ikke skal få en jobb jeg vil trives med.	117	18,8 %
	Vet ikke	41	6,2 %
Tanker om fremtid 2	Jeg er positiv og har godt håp for fremtiden.	526	79,9 %
	Jeg skulle ønske jeg hadde mer håp for fremtiden.	103	15,7 %

	Vet ikke	29	4,4 %
Meg akkurat nå	Jeg er ofte motløs og lei meg og trenger bedre selvtillit.	48	7,3 %
	Jeg er stort sett fornøyd og har den selvtilliten jeg trenger.	297	45,1 %
	Jeg har varierende selvtillit, avhengig av situasjonen.	304	46,2 %
	Annet	9	1,4 %
Min religion / trosretning	Ingen religion	274	41,6 %
	Kristendom	293	44,5 %
	Jødedom	2	0,3 %
	Islam	33	5,0 %
	Buddhisme	6	0,9 %
	Hinduisme	1	0,2 %
	Humanisme	22	3,3 %
	Nyreligiositet (healing, ånder, engler)	11	1,7 %
	Annet	16	2,4 %
Jeg og samfunnet 1	Jeg bor i Norge og føler meg / er norsk	622	94,5 %
	Jeg bor i Norge, men føler meg ikke norsk	33	5,0 %
	Vet ikke	3	0,5 %
Jeg og samfunnet 2	Jeg føler meg godt integrert i det norske samfunnet	626	95,1 %
	Jeg er ikke så godt integrert i det norske samfunnet	22	3,3 %
	Vet ikke	10	1,5 %
Jeg og samfunnet 3	Jeg skal jobbe og betale skatt, og gjøre det samfunnet forventer av meg som voksen.	627	95,3 %
	Jeg tror kanskje jeg vil ha problemer med å leve opp til samfunnets krav	21	3,2 %
	Vet ikke.	10	1,5 %
Mine overbevisninger og håp 1	Jeg tror det finnes noe hellig og ukrenkelig i livet.	237	36 %
	Jeg tror ikke det finnes noe som er hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler.	272	41,3 %
	Vet ikke.	149	22,6 %
Mine overbevisninger og håp 2 (Etterfølgende tekstboks)	Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro.	83	12,6 %
	Jeg mediterer ofte, det gir meg styrke og ro.	22	3,3 %
	Jeg henter ro og styrke i naturen.	188	28,6 %
	Annet	365	55,5 %
Åndelig / ikke åndelig?	Jeg skulle ønske jeg hadde noe å tro på.	51	7,8 %
	Jeg har min tro og er fornøyd med det.	269	40,9 %
	Jeg har ikke behov for å tro på noe.	276	41,9 %
	Vet ikke.	62	9,4 %

I tekstboksen etter spørsmålene under ”Mine håp og overbevisninger 2”, hvor elevene kan fylle inn og utdype spørsmålet om *hvor* de finner / henter styrke og ro, kom det fram flere kommentarer. Dette var ikke et obligatorisk spørsmål, likevel har mange fylt ut tekst her: 22 personer vektlegger at de finner styrke og ro enten i seg selv, eller hos familie og venner. Følgende sitater kan tas med i denne sammenhengen:

”Jeg tror ikke det finnes noen gud eller noe opphøyd, og mener indre ro og styrke er noe du bare kan finne selv, ikke gjennom meditasjon eller bønn, men bare å tro på deg selv. Vi er bare kjøtt og blod, og vi kommer til å dø en dag og råtne. Jeg finner ro i å vite når jeg råtner blir jeg til jord, en essensiell del av naturen, og jeg kan hjelpe andre dyrke mat osv.”, ”Jeg tror at mine prestasjoner og min fremtid ligger i mine hender og ikke kan bestemmes av noe ikkemenneskelig. Jeg tror menneskene finner roen i seg selv, og ikke gjennom andre faktorer, slik som religion, natur etc”, ”Medmenneskers godhet. Egen oppnåelse i f. eks. Idrett. Kjærlighet til og fra andre”, samt ”Jeg styrker meg selv gjennom kjærlighet og menneskelig nærhet”.

12 personer svarer ”idrett og trening” på dette spørsmålet, mens 6 personer henter ro og styrke ved å høre på musikk. 22 personer sier de ber av og til, når de har behov for det:

”Jeg tror på Gud, men ber ikke så ofte. Føler ikke at det hjelper alltid”, ”Jeg prøver å kontakte Gud når jeg føler at jeg eller andre nære trenger hjelp”, ”Jeg ber ikke så ofte, men det er godt de gangene jeg gjør det. Henter også ro og styrke både mentalt og psykisk av å trene”, ”Jeg ber til gud, men det gir meg ikke så forferdelig mye ro, men jeg henter ro i naturen med Gud”, Gud er god å ha i triste / fæle situasjoner”.

5 personer sier de henter ro og styrke ved å spille pc-spill, 2 personer sier de henter styrke og ro foran pc-en. 1 person viser til tv-en som sin kilde: ”Sitter i sofaen og ser på tv-en :D min gud”. 6 personer sier de tror det er ”noe” der ute: ”Jeg tror på at det er mer mellom himmel og jord, men er ikke overbevist om noe mer”, ”Jeg tror det finnes noe et sted, men ikke som i en gudsform”, ”Tror på noe mer enn det vi ser”. 2 personer viser til at de tilhører en religion, men at de ikke helt vet om de bekjenner seg til Gud slik ”ham” fremstilles innenfor religionene:

”Jeg er kristen og tror på gud og Jesus, men samtidig så er jeg ikke helt sikker på om det er Gud, i den forstand kristendommen beskriver han. Er igjen helt overbevist om at det finnes noe mer mellom himmel og jord. Personlig har jeg merket min avdøde mormor flere ganger”, ”Jeg føler ikke at jeg kan la meg definere av den ”muslimske” gud, til tross for at jeg regner meg som muslim. Jeg ber fortsatt til gud, men jeg føler ikke at min gud er den guden som er definert ut ifra islam”.

Oppfattelsen av å ha et ”eget” bilde av gud deles også av denne personen: ”Jeg har dyrket min egen Gud”. Siste kommentar kan minne om nyreligiøsitet, hvor man setter sammen sin tro basert på ulike elementer, og hvor mange av elementene er i finne innenfor New Age. Følgende kommentarer illustrerer dette:

”Jeg tror på at det finnes en hellig kraft, energi, kjærlighet, en ånd som er i oss alle. Jeg mediterer iblant, og det gir meg mer ro, og får meg til å stoppe og nyte DETTE øyeblikket. Det finnes ikke fremtid eller fortid, men kun dette øyeblikket her og nå.”, ”Jeg har ingen spesiell tro, men mener det overnaturlige eksisterer, og vil kommunisere med ånder”, ”Lever i en tro basert på den åndelige verden, men ber ikke til noen Gud. Henter heller hjelp i troen om at vi har åndelige hjelpere, som for eksempel avdøde familiemedlemmer osv.”.

59 personer skriver at de ikke tror på noen ting, og 6 personer sier de gir ”blaffen” i den type ting. Utover dette er det flere svar som står alene, som f. eks en person som kun tror på fysikkens lover: ”... min tro er på teknologi og vitenskap.”

Det er oppsiktsvekkende at det ikke er kommet opp flere kommentarer som handler om en dypere religiøsitet, hvor bønn er en naturlig del av hverdagen, og hvor elevene lever i en tettere ”pakt” med Gud, sett i sammenheng med den store andelen respondenter som tilkjenner seg en religion (52,6% samlet). Det kan dog tenkes at dette er tilfellet for flere av respondentene, men at de mener dette er for personlig til at de vil dele det med andre, og at de

derfor har latt være å skrive noe om det, og at respondentene mener de har gitt nok av seg selv ved å klikke av på ”Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro”, som 12,6% av respondentene har kryssset av for. Vi ser eksempler på at noen ber til gud med forventninger som ikke innfris, for eksempel denne kommentaren: ”Jeg tror på Gud, men ber ikke så ofte. Føler ikke at det hjelper alltid”. Atter andre ser ut til å ha mer tillit til Gud: ”Jeg prøver å kontakte Gud når jeg føler at jeg eller andre nære trenger hjelp”, ”Jeg ber ikke så ofte, men det er godt de gangene jeg gjør det”. Andre eksempler på respondenter som deler sine personlige tanker om Gud viser at de ikke nødvendigvis bekjenner seg til Gud slik religionen deres fremstiller ”ham”. Det er interessant at både en kristen og en muslimsk respondent viser til at deres gudstro ikke reflekterer den som religionen legger opp til via Bibelen og Koranen, men at de har sin egen *personlige* oppfatning av Gud, selv om de tilhører henholdsvis hver sin religion. Dette kan også reflektere det faktum at respondentene finner trygghet i å føle tilhørighet i et religiøst fellesskap, som gir identitet og samhold, men at den religiøse dimensjonen er et resultat av egne forhandlinger med det som oppfattes som hellig. Som Leirvik (2001) sier om kristen tro: Du kan gjere mange og store sprang i din religiøse identitet, utan å forlate det vide, norske kyrkjeuset (s.17). Dette reflekterer igjen Lundbys (2006) tanker om at hellighet er et relativt begrep, og at det vi tror på, gjøres hellig for oss, fordi vi tilfører hellighet til forestillingene våre. Slik faller også nyreligiøsitet inn i denne forklaringen på hva vi tror på og hva som gir mening og substans i tilværelsen. Dette tyder på at hellighet er en egen substans som enhver kan ta del i, på sin måte, men det er altså opp til hver enkelt å svare på hva dette betyr for vedkommende. I så fall ser vi bort fra Hjarvard (2008) som viser til at religiøse forestillinger er et resultat av menneskets psykologi. I avsnitt 5.5 og 5.6 vil vi få en analyse av elevenes holdninger til i hvilken grad de mener mediene bør formidle ulike samfunnsverdier, sett i lys av religion og fremtidsoptimisme. Det er interessant hvorvidt elever *uten* religiøs tilknytning har sammenfallende holdninger til verdier i mediene sammenliknet med elever *med* religiøs tilknytning, eller ikke. Vi vil også se nærmere på hvorvidt religiøs tilhørighet bidrar til mer fremtidsoptimisme eller ikke.

5.2.2 Avhengige variabler - samfunnsverdiene

Under er frekvensfordelingen over de avhengige variablene, og hvordan respondentene som en ensartet gruppe har fordelt seg på dem. Dette er del to i undersøkelsen, og viser elevenes rangering av mediene som formidler av samfunnsverdier, etter grad av viktighet.

Tabell 3: Frekvenstabell over respondentenes rangering av medienes rolle som formidler av samfunnsverdier etter grad av viktighet.

	Verdiene slik de fremkommer i undersøkelsen	Viktig	Litt viktig	Ikke viktig	Vet ikke	Vil ikke svare
”Myke” samfunnsverdier – som kan inngå i den ”gylne regel” – en etisk tenke- og handlemåte						
2.1	Mediene bør reflektere godhet, omsorg og ydmykhet for medmennesker	362 55 %	217 33 %	28 4,3 %	44 6,7 %	7 1,1 %
2.2	Mediene bør reflektere at det er galt å baksnakke andre, eller krenke noens integritet ved personangrep eller lignende	409 62,2 %	170 25,8 %	28 4,3 %	36 5,5 %	15 2,3 %
2.3	Mediene bør reflektere viktigheten av å være ærlig og oppriktig, og si unnskyld dersom man har såret noen	408 62 %	184 28 %	26 4 %	29 4,4 %	11 1,7 %
2.4	Det er viktig at mediene fokuserer på at det er galt å såre / skade andre	431 65,5 %	161 24,5 %	42 6,4 %	16 2,4 %	8 1,2 %
2.5	Medier bør fremme betydningen av å vise empati og det å være et medmenneske	390 59,3 %	184 28 %	34 5,2 %	41 6,2 %	9 1,4 %
2.6	Medier bør fremme betydningen av å vise selvbeherskelse / kontrollere sitt sinne	295 44,8 %	232 35,3 %	68 10,3 %	50 7,6 %	13 2 %
2.7	Mediene bør fokusere på nødvendigheten av ytringsfrihet og demokrati, og på viktigheten av å bekjempe maktmisbruk på alle nivåer	453 68,8 %	142 21,6 %	17 2,6 %	34 5,2 %	12 1,8 %
2.8	Mediene bør fokusere på at all form for rasisme må bekjempes	457 69,5 %	122 18,5 %	39 5,9 %	23 3,5 %	17 2,6 %
2.9	Det er viktig at mediene fokuserer på betydningen av likestilling og likeverd mellom mann og kvinne	406 61 %	166 25,2 %	46 7 %	26 4 %	14 2,1 %
2.10	Mediene bør fokusere på viktigheten av likeverd og toleranse mellom ulike religioner / trosretninger	352 53,5 %	187 28,4 %	59 9 %	43 6,5 %	17 2,6 %
2.11	Det er viktig at mediene beskytter homofiles rettigheter	378 57,4 %	174 26,4 %	79 12 %	ingen	27 4,1 %
2.12	Mediene bør fokusere på viktigheten av at alle gjør en innsats for å skaffe seg utdanning og jobb	387 58,8 %	174 26,4 %	46 7 %	39 5,8 %	12 1,8 %
2.13	Mediene bør fokusere på viktigheten av å vise respekt for lover og regler, samt arbeide ærlig og betale skatt	424 64,4 %	163 24,8 %	23 3,5 %	30 4,6 %	18 2,7 %

Vi ser at hovedtyngden av respondentene har lagt seg på variabelen ”viktig” og ”litt viktig”, mens en relativt liten del av respondentene er negative eller usikre til at mediene fremmer disse verdiene. Jeg tolker det som at de respondentene som har krysset av for ”viktig” har et bevisst forhold til verdiene, i tillegg til at de har et bevisst forhold til at mediene er en god arena for å fremme verdiene. Jeg tolker det slik at de respondentene som har krysset av for ”litt viktig”, ikke nødvendigvis er negative til samfunnsverdiene som er nevnt, men det kan tenkes at de ikke har et så bevisst og positivt forhold til dem, som de som har krysset av for ”viktig”. Det er også mulig at sistnevnte respondenter er positive til verdiene, men at de mener at det ikke er medienes oppgave å fremme dem. Dersom elevene i forkant av undersøkelsen hørte et foredrag hvor de lærte om medialisering, holdningsdannelse, og hvordan mediene kan være aktør i å fremme gode verdier i tråd med kommunitarisme og Taylors (2008) tanker om en ekspressiv språkteori, kan det tenkes at enkelte elever ville hatt et annet fokus og krysset annerledes i undersøkelsen. Dette kan sies å

være en svakhet i oppgaven, og dersom man skulle gjort den om igjen, kan det ha vært fruktbart med en innføring i teorien nevnt over, slik at elevene var mer bevisste i forhold til problemstillingen. Likevel, med utgangspunkt i teksten *”Mediene kan påvirke hvordan vi mennesker tenker og handler, og på den måten kan de også påvirke samfunnet rundt oss. Velg det svaret som ligger nærmest av påstandene nevnt under. Du kan svare ”vet ikke” eller ”vil ikke svare” dersom dette er lettest for deg.”*, som innleder variabelen ”Mine syn på medienes rolle og verdiformidling”, så har elevene medienes evne til påvirkning i bakhodet når de svarer. Derfor velger jeg likevel å tolke elevenes rangering av verdiene i mediene, som elevenes *holdning* til verdiene, i tillegg til elevenes *holdning* til at verdiene artikuleres i mediene. For å lette analysen, vil vi søke å analysere elevenes rangering av verdiene i media med utgangspunkt i *indekser* laget ut fra bakgrunns- og holdningsvariablene, som vist i vedlegg 4, under kapittel 9.1.4. Dette vil vi se i lys av teori nevnt i tidligere i oppgaven, supplert med analysen som springer ut fra forskerspørsmål 1, som omhandler hvorvidt respondentene mener ulike medier legger press på verdiene som utgjør en etisk tenke- og handlemåte.

5.3 Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?

Som nevnt innledningsvis, kan de seks første samfunnsverdiene i tabell 1 (forrige avsnitt) oppsummeres i ”Den gylne regel” – *du skal være mot andre slik du vil at andre skal være mot deg*, som er en etisk tenke- og handlemåte. På spørsmålet *”Hvilke av mediene under kan bidra til å svekke en slik etisk tenke- og handlemåte? Er det slik at enkelte medier bidrar til å skape konflikter mellom mennesker?”* har respondentene krysset av for medier de mener at bryter ned disse verdiene (variabel 13-18)²³. I etterkant av dette spørsmålet, var der et åpent spørsmål hvor respondentene har gitt mer spesifikke eksempler på hvilke medier de sikter til. Underteksten til spørsmålet viser til ”Den gylne regel”, og elevene har derfor terminologien ”etisk tenke- og handlemåte” i bakhodet når de besvarer spørsmålet. I det kommende vil vi få en univariat analyse over hvilke medier ungdom mener at svekker de ”myke” samfunnsverdiene. Vi søker i det følgende å besvare **forskerspørsmål 1: Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?**, og belyser dette med variabel 26: ”Medier som svekker etikken”²⁴.

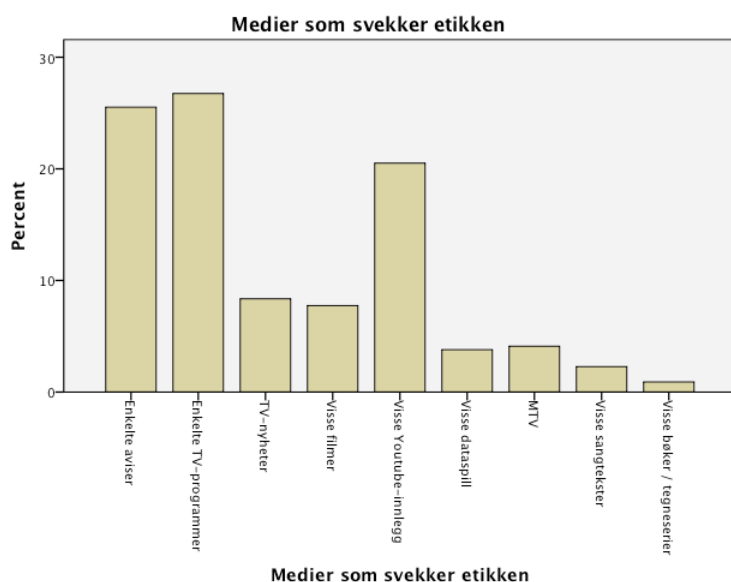
²³ Se vedlegg 2 under kapittel 9.1.2.

²⁴ Se vedlegg 3 under kapittel 9.1.3.

Tabell 4: Respondentenes oppfatning av medier som svekker "myke" samfunnsverdier, som til sammen utgjør en etisk tenke- og handlemåte.

Medier som svekker etikken					
Double-click to activate		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Enkelte aviser	168	25.5	25.5	25.5
	Enkelte TV-programmer	176	26.7	26.7	52.3
	TV-nyheter	55	8.4	8.4	60.6
	Visse filmer	51	7.8	7.8	68.4
	Visse Youtube-innlegg	135	20.5	20.5	88.9
	Visse dataspill	25	3.8	3.8	92.7
	MTV	27	4.1	4.1	96.8
	Visse sangtekster	15	2.3	2.3	99.1
	Visse bøker / tegneserier	6	.9	.9	100.0
	Total	658	100.0	100.0	

Tabell 5: Oversikt over hvilke medier respondentene oppfatter at svekker "myke" samfunnsverdier - en etisk tenke- og handlemåte.



Søylediagrammet til venstre (tabell 5) illustrerer tallene i tabellen slik at vi får et konkret uttrykk for hvilke medier ungdom mener at svekker etikken. Vi ser tydelig at "Enkelte aviser", "Enkelte TV-nyheter" og "Visse Youtube-innlegg" peker seg ut som de "verste" mediene elevene mener kan svekke en etisk tenke- og handlemåte. Ut fra kommentarene i det følgende, vil vi få et forsterket

inntrykk av tankene bak diagrammet, hvor respondentene gir eksempler som vanskelig kan misforstås. Her tydeliggjør elevene sine holdninger til at mediene har en nedbrytende effekt på de "myke" samfunnsverdiene, som vi kan definere som *viktige* for å skape velfungerende miljøer preget av trygghet og samarbeid.

Vi ser av tabell 3 at 25,5 % (168 respondenter) har krysset av for "enkelte aviser". I kommentarfeltet har til sammen 40 respondenter skrevet tabloidavisene *VG* eller *Dagbladet* som eksempler på aviser som svekker etikken. I tilknytning til dette kan nevnes følgende kommentarer:

”Noen artikler og debattinnlegg i tabloidavisene kan virke konfliktskapende”, ”Enkelte løssalgsaviser med lite aktuelle og relevante nyhetssaker, som kun er ment for å få opp øynene hos eventuelle kjøpere. Dette er ofte saker som er lite gjennomtenkte, og som i beste fall har liten nytte for de aller fleste å lese”, ”Jeg mener spesielt VG og Dagbladet gjør dette. De utgir seg for å være en seriøs avis, men de skriver bare om sladder og tull. Se og hør gjør jo det samme, men de utgir seg ikke for å være noe annet.”, ”Aviser som bare er ute etter å selge, og som gjør alt for å få det til.”, ”Aviser, de har stor makt og de kan for eksempel ”slå hardere ned” på ting / legge mer vekt på ting, hvor det det handler om blir uetisk”, ”Avis blir feil, jeg tenker på enkelte tabloider, som ytrer sine egne meninger for kraftig, slik at rollen deres som en nøytral formidler av nyhetene kommer bort”, Noen filmer og tv-serier fra Hollywood kan også bidra, men hovedsakelig avisene rundt omkring i verden.” og ”karikaturtegnene”.

26,7 %, det vil si 176 respondenter, har krysset av for ”enkelte tv-programmer”. 29 respondenter har spesifikt nevnt reality-programmet *Big Brother*, 18 respondenter har spesifisert reality-programmet *Paradise Hotel*, og 10 respondenter har spesifisert reality-programmet *Jersey Shore*. Sagt om realityprogrammer:

Man ser sjelden på slike programmer at deltakerne drikker seg inn i et kritisk alkoholsjokk eller ender opp med en STD, selv om dette av og til er tilfelle utenfor tv-skjermen.”, ”Reality-tv skaper et falskt bilde av virkeligheten.”, ”Sånn som *Paradise Hotel* da, det eneste det programmet har fokus på er sex, alkohol osv. det er ikke noe positivt å sende sånn på tv, det er flere yngre folk som ser på det, og da kan de få et annerledes syn på drikking osv.”

5 respondenter har nevnt *MTV* i kommentarfeltet, og 5 respondenter har skrevet nyhetskanalen *Fox News*, 9 respondenter har spesifikt nevnt *debattprogrammer*, og 5 respondenter har skrevet *humorprogrammer*. Ingen av disse har spesifisert hvilke debatt- eller humorprogrammer de sikter til, men følgende kommentarer belyser noen syn på denne typen programmer:

”Enkelte tv-programmer og noen innlegg i aviser. Vanskelig å si konkret hvilke de er. Noen ganger føler man at bl a kriger fremstår pga religioner og at de viser hva som er bra og ikke (det som ikke er) bra, selv om det kun er noen som ikke gjør gode handlinger”, ”Debattprogrammer på tv, med de høyreorienterte avisene, og da spesielt med FRP i spissen.”, ”Tv-programmer, eks visse realityprogrammer på Tv3 Eks. Programmet *Fristet*.”, ”Det er flere komiprogrammer som misbruker ”det å lære bort noe”. Er ganske mye skjult indirekte mobbing.”, ”Visse ”Humor” diskriminerende tv-programmer.”, ”Tenker på reality-tv og enkelte programmer som krenker en spesiell type folkegruppe”, ”Populistiske medier som VG kan av og til ha dårlige verdier i sakene de skriver. Det gjelder også sladderblader som se&hør osv. Det finnes et hav av tv-programmer og filmer med dårlige verdier” og ”Det er mange programmer hvor de gjør narr av andre religioner og etnisk bakgrunn.”

1 respondent har skrevet *CNN* og *BBC* (”Den generelle verdens eller vestlige stor medie, slikt som CNN, BBC etc.”), 2 respondenter nevner *South Park*, 3 respondenter nevner *TV3*, 2 respondenter nevner *TV-Norge*, 5 respondenter spesifiserer serien *Trekant* på NRK, og en respondent viser til ”porno”. Videre har 6 respondenter nevnt *TV-serier* uten å spesifisere nærmere, og *Farmer*, *The Simpsons*, *Little Miss Perfect*, *16 and pregnant* (MTV), *Akward*, *Teen Mom*, *the Hills*, er hver for seg spesifisert av henholdsvis én respondent. Videre har to respondenter spesifisert ”VOICE”.

8,4 %, altså 55 respondenter, har kryssset av for "Tv-nyheter". Om tv-nyheter kan følgende kommentar trekkes frem:

"Spesielt TV2-nyhetene, opplever jeg som uetiske iblant.", "Alt av nyheter gjør det ikke noe bedre ved å skape en konflikt mellom to forskjellige menneskeraser", "Nyhetene på tv blir vist hele døgnet så det er mange som ser det. Det er bare en side av saken som vises på tv, vi får ikke alles vinkling" og "Tv, med da både tv-program og nyheter har en tendens til å forme kunden. Og mye av dette kan være negativt."

7,8 %, altså 51 respondenter, har kryssset av for "Visse filmer", i denne forbindelse kan følgende kommentarer nevnes:

"Filmer eller bilder som provoserer som omhandler noe noen andre ser på som hellig eller ufattelig tragisk.", "Filmer som utgir seg for å være faktabasert innlegg, men som i virkeligheten er ren falsk propaganda. For eksempel filmer som viser islamsk overtakelse i Europa om ti år og lignende.", "Jihad-filmer, rasistiske filmer, kristne fundamentalist-filmer, jødisk/zionistiske fundamentalistfilmer, anti-religiøse filmer osv.", "Filmer man blir påvirket av, noe som man kanskje kan assosiere seg med. Gjelder også visse videoer på Youtube og noen dataspill, men jeg synes ikke det påvirker i stor grad. Man blir påvirket av det man ser og hører (miljøet).", "Enkelte filmer som kan bringe fra sinne og raseri blant mennesker.", "Noen filmer (ingen konkrete) kan til en stor grad fremme negative holdninger.", "Mange filmer og tvserier viser veldig mye vold som det ikke blir en reaksjon på.", "Filmer som er laget av folk som er imot noe, og bare viser saker fra en side.", "Filmer hvor det er rasisme osv.", "Som den nye filmen om utya-massakren.", "Typiske tegnefilmer som for eksempel "Family Guy", "The Simpsons." og "idiotiske filmer med bare vold...".

20,5 %, altså 135 respondenter, har kryssset av for "Visse innlegg på Youtube". Her er det mange eksempler i kommentarfeltet, vi tar med ganske mange:

"filmsnutter om jøder", "Jeg mener egentlig at alle medier kan skade, men steder hvor utenforstående personer kan legge ut hva de vil (i hvert fall en liten stund til de blir fjernet), kan påvirke mange og ha "grusomt" innhold.", "Youtube og andre sosiale medier der andre kan være anonyme", "Youtube-innlegg kan virke krenkende på mange, ettersom at mange personlige meninger og ytringer blir presentert på dette mediumet.", "Vanskelig å svare på da alle medier kan påvirke. Personlig synes jeg kanskje youtube er veldig ukritisk til hva som blir lagt ut. I tillegg synes jeg mange som bruker Facebook er veldig lite gjennomtenkt i mange av tingene de legger ut.", "Facebook burde være strengere på hva som er lov og ikke lov å publisere av brukerne sine.", "Private filmer legges ut, kan inneholde hva som helst. Rasisme, vold og lignende. Dette fjernes ofte raskt, men må finnes og rapporteres før noe skjer.", "Enkelte filmer bør ikke legges ut på nettet/youtube. Det kan virke rasistisk, uvitent, støtende og ikke bry seg om sine medmennesker. Eksempel; trailer til utøya eller "Breivik the game" som også ligger på youtube.", "Noe av det som blir lagt ut på youtube er direkte mobbing, og kan være støtende for mange. Folk som legger inn innlegg for å være morsomme ved å snakke stygt om enn eller annen kjendis eller andre personer som f.eks har et spesielt utseende, religion tankemåte osv.", "Det er selvfølgelig mer enn bare youtube som kan svekke den etiske tenke- og handlemåten. Men på youtube er et sted hvor du som privatperson kan legge inn filmer, derfor kan du gjøre omtrent hva du vil på disse filmene. Og noen av de filmene kan være veldig støtende og uetiske i forhold til menneskers rettigheter.", "Private youtube-filmer er det lite kontroll på. Man kan laste ned nesten hva man ønsker. VG, Dagbladet og andre store aviser må også passe på hva de publiserer." og "Mange videoer og kommentarer på Youtube inneholder rasistiske, diskriminerende, arrogante eller andre støtende uttalelser."

For å illustrere et eksempel på innlegg på Youtube som vekket bekymring, kan nevnes innlegget som i januar 2012 ble diskutert i nyhetene. Hatvideoen som ble lagt ut truer

Kronprins Haakon, statsministeren og utenriksministeren, og vedkommende som har lagt den ut ble siktet for trusler mot myndighetspersoner og oppfordring til terror (Holm 2012).

3,8 %, altså 25 respondenter, har krysset av for ”Visse dataspill” under spørsmålet om hvilke medier som kan bidra til å svekke en etisk tenke- og handlemåte. *Hvor mange* av respondentene som faktisk spiller dataspill sier denne undersøkelsen ingenting om, og det hadde vært interessant med et tall på hvor mange prosent av de som spiller dataspill som faktisk finner at disse spillene er på kant med en etisk tenke- og handlemåte. Likevel, 18 respondenter har spesifisert WOW - World of Warcraft i det etterfølgende kommentarfeltet, 19 respondenter har spesifisert GTA – Grand Theft Auto og 19 respondenter har spesifisert Call of Duty. Noen av respondentene nevnt over, har spesifisert to eller tre av spillene i samme kommentarboks. I det følgende er noen kommentarer i forhold til spillene nevnt over:

”Gå rundt og slakte folk på diverse spillmedier”, ”Alle spill der du er pålagt en side av saken som du ikke velger, dvs. bl.a. Call of Duty seriene, Medal of Honour og andre spill. De fleste spill, TV-programmer eller andre former for medier gir alltid innblikk i den ene siden av saken, og alltid er den andre siden vist som ond. Selv om den andre siden har sine grunner til å drive med det de gjør.”, ”Dataspill som COD trener ungdommer i å kunne drepe så mange som mulig uten å føle noen empati med dem.”, ”Ungdom blir veldig påvirket av dataspill. De lever i sin egen lille boble og klarer ikke å leve i den virkelige verden. Anders B. spilte wow lenge før han begynte å skyte på Utøya.”, ”Såne fantasispill. Ikke alle tåler å spille det, og noen blir nesten hjernevasket. De sitter bare og spiller og de klarer ikke tenke på noe annet enn krig, dreping og skyting.”, ”Generelt skytespill, de kan gjøre mennesker mer voldelig og påvirke dem negativt.”.

4,1 %, 27 respondenter har krysset av for MTV. Kommentarer til MTV er:

”Visse medier har et enormt sexpress, hele tiden, og det medier jeg da forbinder mest med dette sexpresset, er MTV og hip-hop kulturen generelt.”, ”MTV...Mindre musikk enn før ☹.”, ”Det finnes flere underholdningsprogrammer som bla. Går på MTV, tv3 eller andre kanaler som jeg mener stritter imot disse prinsippene. Dette kan være programmer som Paradise Hotel, Big Brother, 16 and pregnant (MTV).”.

2,3 %, det vil si 15 respondenter har krysset av for ”visse sangtekster” som nedbrytende for en etisk tenke- og handlemåte. I kommentarfeltet er det flere som generelt viser til ”musikkvideoer”, og ”raptekster”, men det er ikke mange kommentarer i denne retningen. Noen er det likevel: ”Noen sangtekster kan kanskje være litt grove i språket og virke en smule krenkende mot kvinner.”, ”Nazistiske band og viking-metal” og ”Perverse sangtekster”. 0,9 %, altså 6 respondenter, har krysset av for visse bøker / tegneserier som nedbrytende for moralen. Se&Hør, selv om det ikke er en tegneserie nevnes av flere:

”Bøker, nyheter og tegneserier kan vinkle ting veldig subjektivt, og noe kan virke krenkende for noen. Spørsmålet er hvor grensen mellom ytringsfrihet og ren provokasjon går, finnes det en grense? Vise varsomhet og respekt for hva som er viktig for enkeltmennesket og prøve å forstå hverandre på tvers av religiøse skillelinjer, mener jeg er viktig!”

Ut over dette er det 20 respondenter som spesifikt har skrevet at *alle* av mediene nevnt i spørsmålet ofte inneholder en eller annen form for svekkelse av de verdiene som inngår i en etisk tenke- og handlemåte. Noen kommentarer til dette:

”Jeg synes alle alternativene over er arenaer for å svekke en etisk tenke- og handlemåte. Visse sangtekster kan være kvinnediskriminerende, mens andre rasistiske. Jeg tror de ulike mediene treffer ulike problemstillinger.”, ”Alle medier som oppfordrer til direkte vold og utnyttelse av andre mennesker, (dvs. ikke tv spill siden det alltid er fiksjon) og som fremmer et nedverdiggende syn på andres meningers tro og tanker.”, ”Alle medier ser muslimer som terrorister, hadde ikke dukket opp Breivik. Så hadde vi muslimer vært kyldige for det, sellom ikke det. Norge er avhengig av amerikanere. De slaker dem som norge, er kontroller av demokrati, Demoncracy”, ”Alle medier gjør det til en viss grad, og når alle gjør det, blir det fort mye.”, ”Media generelt i Norge er altfor venstreorientert og feministiske. Norsk media er generelt veldig dårlig på å vise begge sider av en sak, også nr den andre siden ikke er like ”politisk korrekt.”, ”Jeg synes det er flere typer medier som svekker ulike punkter, mye data/tv-spill er med på akkurat dette. Er ikke noen spesialist på navn når det gjelder disse spillene, men vet at antallet er mange.”, ”Jeg tror at internett bidrar mye til å gi mennesker gale tanker. Men det er fremdeles mange aviser, filmer og andre former for medier som uttrykker og fremmer en veldig gal handlemåte.”,

I tillegg er det tre som nevner at karikaturtegningene var unødvendige, og en nevner bibelen og koranen: ”Bibelen, Koranen osv. De inneholder alle tekster som er rasistiske/diskriminerende overfor andre religioner”. Noen nevner at ”nedtrykning av enkelte saker som eks. homofili og religion”, og noen nevner nettdebatter som støtende, jeg tar med følgende kommentar:

”Enkelte nettaviser må utestende mørkebruke fascister fra kommentarfeltene sine og slutte å vinkle muslimene som fienden. Vi har begge samme Gud, og kulturen våres er historisk tett vevd sammen, de fortjener vår respekt. Fordommene fra lavpannede nazister og journalister i media skader ikke bare muslimene, men generasjonen som vokser opp med kvalme propagandaen deres”.

Og to respondenter mener at mediene har liten påvirkningskraft, den ene sier følgende: ”Individet er selv ansvarlig for å handle på en måte som er akseptabel. Å illegge media noe ansvar er ren fraskrivelse.”.

Denne siste kommentaren er i tråd med tidligere teori som tilbakeviste medienes påvirkning på publikum, hvor tanken var at teori om injeksjonsmodellen, som beskriver hvordan medieinnhold ble ”injisert” i publikum, langt fra hadde hold i virkeligheten, fordi individet var selvstendig og dannet sine meninger og holdninger heller i samsvar med signifikante andre og miljøet rundt (Waldahl 1999). Nyere teori om medialisering (Hjarvard 2008, Hoover 2006) viser til at mediene *har* implikasjoner på individ og samfunn, som kapittel 3 beskriver, og som vi ser at respondentene underbygger med kommentarene sine. Jeg ser i etterkant at spørsmålet i variabelen kunne vært formulert annerledes. Følgende kommentar gjorde meg oppmerksom på det: ”Alle medier nevnt overfor er medier som kan bidra til å svekke en etisk tenke- og handlemåte. Problemet er ikke hvilket medium som blir

brukt, men hvordan de blir brukt.” Likevel, spørsmålet som følger umiddelbart tar vekk eventuell tvil om hva som menes: *Er det slik at enkelte medier bidrar til å skape konflikter mellom mennesker?*

Ut fra presentasjon av empiri over, ser vi at svært mange respondenter har et kritisk blikk på hvilke verdier mediene fremmer, noe som gir som svar på forskerspørsmål 1: *Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?* Majoriteten av respondentene peker på at noen medier bryter med en etisk tenke- og handlemåte, noe som kan ha implikasjoner for mellommenneskelige forhold, tar vi utgangspunkt i Taylor (2008) og hans tanker om *selvets moralske rom*, som omhandler de verdiene som sirkulerer i offentligheten, og som til sammen danner den erfaringshorisont vi definerer oss ut fra, som vi var inne på i avsnitt 1.1. Sett i lys av sistnevnte, kan vi si at den *rollen* enkelte aviser (ut fra kommentarene er det tabloidavisene VG og Dagbladet som nevnes hyppigst), enkelte tv-programmer (her er realityprogrammene særlig fremtredende) og visse innlegg på Youtube, spiller i dannelsen av ”*samfunnets moralske rom*”, er *negativ*, og kan ha en lite oppbyggende funksjon for kulturen, noe kommentarene særlig gir uttrykk for. Det moralske rom utgjør, ifølge Taylor, de moralske horisonter som er rådende, altså av de *verdiene* vi har til rådighet når vi definerer oss selv og vår forståelse av virkeligheten. Dette er videre i tråd med Hjarvard (2008) når han peker på begrepet medialisering, og mediene som premissleverandør for vår virkelighetsoppfattelse (avsnitt 3.4), og Hoover når han sier at ”Media skaper og former vår referanseverden av symboler, verdier og ideer” (2006:12.13). I neste avsnitt vil vi lese om hvordan medieprodukter kan bidra til å påvirke verdier og holdninger.

5.4 Medier og holdningsdannelse

I avsnitt 3.5 *Postmodernisme, kommersialisering og verdiformidling* leste vi om Croteau og Hoynes (2006) der de stilte spørsmålet om hvilken kumulativ effekt det ville ha for samfunnet å sende utallige timer med filmer og programmer preget av vold som underholdning. I avsnitt 3.7 leste vi om at verdier og holdninger er stadig skiftende avhengig av hvilken påvirkning man utsettes for (Waldahl 1999:120). Før vi kommer tilbake til *hvordan* holdninger dannes, skal vi først kikke litt til på noen av kommentarene gitt av respondentene i undersøkelsen: Sagt om aviser: ”Tabloide aviser: Vrir på sannheter og er kun ute etter å kritisere skandaler / gale ting og belyse folket om andres tragedier. Det er det som selger... Dette er ikke prinsippet bak en nyhetsavis. De skal være objektive, ikke subjektive, og sympatiske og nøytrale. ...”, videre kan vi her ta med følgende kommentarer om

realityprogrammer: ”Programmene fremmer ofte verdier som er primitive og etisk feil. De lager rollefigurer av mennesker som har et verdigrunnlag som går ut på å feste, banne, mobbe og andre aktiviteter som er lite ønskelig at skal spre seg i samfunnet” og ”Programmer på linje med Jersey Shore og Paradise Hotel kan bidra til å skape usunne holdninger blant ungdom, angående alkohol og tilfeldig sex”. Denne kommentaren er om tv-programmer: ”Det er mange tv-programmer og filmer som ”svekker” disse reglene, og som manipulerer tankegangen vår til å tenke at mobbing, baksnakking, diskriminering, og det å være slem er OK og normalt”. Om TV-nyheter kan vi ta med denne kommentaren: ”Tv-nyheter er mer opptatt med å opplyse folk om det negative som skjer rundt i verden”. Videre tar vi med denne kommentaren sagt om ”Visse filmer”: ”Med filmer mener jeg både på Youtube, kinofilmer, TV-programmer osv. Spesielt medier som inneholder vold og rasisme, og som vinkler det på en sann måte som oppfordrer til voldsbruk, mobbing, rasisme og dårlig behandling av mennesker”. Så tar vi med kommentarer om ”Visse innlegg på Youtube”: ”Generelt er det lett å poste en stygg eller negativ kommentar på Youtube, for ingen vet hvem du er, alle leser det, du føler deg ikke redd for å være en bitch på nettet.” og ”Videoer av islamister eller av kristen-konservative.”. Videre tar vi med et par kommentarer sagt om dataspill: ””Når vi snakker om verdier og ”Den gylne regel” som gjelder flere religioner, og dataspill i dag, er det klart at flere av spillene bryter med en etisk tenke- og handlemåte. Utallige skytespill, med simulert masseslagt av mennesker strider helt klart mot denne regelen. ...”, ”Dataspill som COD trener ungdommer til å kunne drepe så mange som mulig uten å føle noen empati med dem” og ”Ungdom blir veldig påvirket av dataspill. De lever i sin egen lille boble og klarer ikke å leve i den virkelige verden. Anders B. spilte wow lenge før han begynte å skyte på Utøya”. Vi tar også med noen kommentarer sagt om medier generelt: ”Visse medier har et enormt sexpress, hele tiden, og det mediet jeg forbinder mest med dette sexpresset, er MTV og hip-hop kulturen generelt”, ”Se&Hør lever av å krenke og hakke på folk”, ”Det meste av medier har et overdrevent fokus på feil ting. De gjør katastrofe til underholdning.”, ”Jeg mener at alle medier formidler saker som kan være krenkende og fakta som gjør at det oppstår frykt for / mellom forskjellige grupper i samfunnet.”, ”Alle medier, det er lett å skape konflikter, men vanskelig å skape fred.”.

Kommentarene over gir alle et bilde av trekk ved virkeligheten som ifølge Taylor danner selvets moralske rom, bestående av de verdiene som utgjør vår erfaringshorisont og som vi har til rådighet når vi definerer oss selv og vår identitet. Disse negative utviklingstrekkene ved dagens medier samsvarer med hva Hoover (2006) og Croteau og

Hoynes (2006) peker på når de viser til den overfladiskheten som preger kommersielle medier, hvor kommersielle hensyn går fremfor de redaksjonelle, og de får langt på veg støtte av elevenes kommentarer. Ifølge Hjarvard er medieprodukter omgjort til industrivarer, hvor profitt og økonomisk vekst er styrende, og ikke utvikling av kultur og samfunn. Det er ikke oppløftende å lese kommentarene til elevene, men det kan være et poeng å ta dem på alvor.

At økonomisk vekst får være styrende verdi for store og mektige medieaktører kan i sin tur koste samfunnet dyrt. For å forstå hvilke konsekvenser ukritisk medieproduksjon kan ha for utviklingen av kulturen, og hvilken *betydning* moderne medier på denne måten har for samfunnet, trenger vi innsikt i *meningsdannende prosesser* hos mennesket, som Waldahl (1999) beskriver ved å peke på læringsteorier. Waldahl viser til Eagly og Chaiken 1993 og Cacioppo 1996 og sier at "Holdninger endres ikke gjennom bestemte, klart definerte og avgrensede prosedyrer, men gjennom kompliserte mentale og sosiale prosesser (Waldahl 1999:121). I denne forbindelsen viser han Yale-skolen, som vektlegger at læringsteorier bygger på en antakelse om at læringsprosesser ligger til grunn for holdningsendring, både gjennom stimuli og betinging, gjennom erfarte konsekvenser og gjennom å kople de mentale prosessene som er virksomme når publikum mottar budskapet, sammen med egenskaper knyttet til de ulike ledd i kommunikasjonsprosessen (Waldahl 1999:121-122). "I studiet av mediepåvirkning har læringsteori blant annet vært anvendt for å belyse sammenhengen mellom vold i bildemediene og egen voldsanvendelse hos barn og unge ... (Waldahl 1999:122). Waldahl viser til *modelleringseffekten*, hvor publikum lærer hvordan voldelige handlinger blir utført via filmer og videosnutter. Videre vil volden publikum eksponeres for kunne ha en *anvendelseseffekt*. "Gjennom tv-figurens voldsbruk lærer barn og unge når det er akseptabelt å benytte voldelige metoder, og i hvilke situasjoner vold kan virke som problemløsende middel, og hva en oppnår ved å bruke voldelige heller enn fredelige midler (ibid.122-123). Videre viser Waldahl til *motivasjonseffekten*. "Eksponering for vold og aggresjon bearbeider publikums mentale innstilling til denne type atferd, slik at de på sikt utvikler positiv holdning til voldelig atferd ved at tv-volden bryter ned individuelle og samfunnsmessige barrierer mot voldelige atferdsmønstre og svekker motforestillingene mot voldsbruk. Til sist nevner Waldahl *symboleffekten*, og peker på at veien fra en form for voldsutøvelse til en annen kan være kort (Waldahl 1999:123). "Læringseffekter av denne art har et betydelig vanedannende potensial, og faren for at vold i bildemedier påvirker grunnleggende mentale prosesser er utvilsomt til stede. Hyppig eksponering for voldelig innhold øker sannsynligheten for at voldstilbøyeligheter avleirer seg som permanente

egenskaper i publikums mentale skjemaer, og gjør voldsbruk til et personlighetstrekk som styrer atferden i mange situasjoner. I så fall blir vold et sentralt referansepunkt slik at mange ulike hentydninger (cues) aktiviserer mentale spor som leder til voldelige avleiringer i det mentale skjema” (ibid. 123). ”Et mentalt skjema er en mental struktur som inneholder det enkelte individs abstrakte og organiserte versjon av virkeligheten, slik den er formet av tidligere erfaring” (ibid. 110). Waldahl viser til at mentale skjemaer utgjør en tankemessig beredskap som styrer hva folk oppfatter i ulike situasjoner, hvordan de fortolker dem, og hva de husker av dem (ibid. 110). Ulike mentale skjemaer er ikke atskilt fra hverandre, men er knyttet sammen i mentale strukturer, noen side om side, andre hierarkisk bundet sammen (ibid. 112). ”Kognitive prosesser i menneskets mentale skjemaer setter det i stand til å omforme konkrete erfaringer til abstrakte modeller. Mentale skjemaer representerer akkumulert erfaring på et område i samlet og systematisert form, og blir stadig endret og oppdatert etter som folk mottar nye impulser og erverver ny erfaring” (Waldahl 1999:113). Waldahl viser videre til at de mentale skjemaene fungerer som ledesnor for folks orientering til omgivelsene og slik medvirker til å skape forventningene vi har til omverdenen. På denne måten bygger vi opp et svarrepertoar som foreskriver hvordan vi formålstjenlig bør forholde oss til ulike situasjoner og overfor ulike fenomener i samfunnet (ibid. 113). ”Samspillet mellom medienes symbolsystem og publikums mentale prosesser er følgelig et sentralt element i påvirkningsprosessen” (Waldahl 1999:113).

Waldahl peker på at ulike medieprodukter kan påvirke publikums holdninger gjennom mentale prosesser. Det er altså ikke bare voldstilbøyeligheter som avleirer seg som permanente egenskaper i publikums mentale skjemaer, men all den påvirkning publikum gjentatte ganger eksponerer seg for. Dette forklarer de enorme summene som legges i reklame som medieprodukt. Rekordene i reklameomsetning i Norge kommer normalt i fjerde kvartal takket være all annonseringen opp mot jul og nyttår. ”Den høyeste kvartalsvise omsetningen ble notert i fjerde kvartal 2007 da det ble solgt reklame for 5,4 milliarder kroner” (Henriksen 2011).

”Utgangspunktet for medienes virkninger ligger i de mentale prosessene som setter mennesket i stand til å sanse, bearbeide og lagre impulser fra omgivelsene. Første trinn i påvirkningsprosessen omfatter publikums mentale bearbeiding av medienes innhold, der det blir registrert, vurdert og organisert. Her blir ytre sanseinntrykk omsatt til erfaring, kunnskaper og følelser gjennom en komplisert subjektiv bearbeiding og fortolkning av dem. Resultatet er en personlig forståelse av virkeligheten, heller enn et automatisk speilbilde av den” (Waldahl 1999:107).

Trekker vi så linjen tilbake første del av oppgaven, minnes vi teori som indikerer et begynnende moralsk forfall i kulturen, vi ser økende konfliktfokus og mobbing i skole og på arbeidsplasser, utvikling av anomi og ungdomsopptøyer utført av grupper av arbeidsløs ungdom, økende kriminalitet, og terror i Norge som følge av ekstremisme og blokkdannelser, og som er blitt en del av kulturen i moderne samfunn. Hvorvidt *publikum selv*, (i denne sammenhengen gjeldende respondentgruppe), mener at mediene til en viss grad bærer et ansvar her, underbygges tydelig av kommentarene gitt av respondentene, og underbygges videre av teori om medialisering (Hjarvard 2008), og konstruksjon av religion i mediene som et sosialt problem (Hjelm 2006) og individualisering og tap av mening (Taylor 2008). Sett i lys av teori om holdningsdannelse, kognitive strukturer og mentale skjema over, og med utgangspunkt i selvets moralske rom som utgjør publikums betydningshorisonter, ser vi at *mediene* sitter med et veldig potensial - og ansvar - til å påvirke i hvilken retning utviklingen av kulturen tar, noe som vi vil komme tilbake til i konklusjonen.

5.5 Ungdoms holdninger til medier som verdiformidler av en etisk tenke- og handlemåte

I avsnitt 5.3 fikk vi svar på hvorvidt respondentene mener at visse medier bidrar til å svekke en etisk tenke- og handlemåte, og vi fikk langt på veg bekreftet at respondentene er kritiske til flere ulike medier, og hvordan disse er delaktige i å svekke etablerte samfunnsverdier. Ut fra forrige avsnitts innblikk i teori om hvordan holdninger dannes på basis av medieprodukter, kan vi tenke at fokus på *oppbyggende* samfunnsverdier mest sannsynlig vil ha samme effekt på samfunns- og kulturutvikling, som fokus på negative verdier sannsynligvis kan ha hatt. Det er på bakgrunn av dette derfor interessant å undersøke i hvilken grad elevene vil støtte opp under mediene som *verdiformidlere*, noe vi søker å finne ut av ved å besvare **forskerspørsmål 2**: *Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av de "myke" samfunnsverdiene, sett i lys av religiøs tilhørighet og fremtidsoptimisme?* Bakgrunnsvariabelen "optimisme" er valgt fordi det er interessant å undersøke om elever med lavere optimisme kan ha større behov for verdiformidling enn elever med høy. Sistnevnte variabel er gjort dikotom²⁵. Videre er det interessant å finne ut om religion har noe utslag på hvorvidt elever har høy eller lav fremtidsoptimisme. Bakgrunnsvariabelen "religion" er valgt for å undersøke hvorvidt religionsdebatten med fokus på muslimske verdier som uforenlige

²⁵ Se vedlegg 4 (avsnitt 9.1.4) for koding av personlighetsvariablene, og vedlegg 2 (avsnitt 9.1.2) for koding av de politiske variablene om til dikotome variabler.

med de norske, har hold i virkeligheten, selv om vi må ta forbehold vedr. tolkningen siden respondentgruppen bestående av muslimer er såpass liten.

Tabell 6: Ungdoms holdninger til medier som verdiformidler av en etisk tenke- og handlemåte. Det første tallet angir antall respondenter, den første prosenten angir antall prosent innenfor religion.

Høy / lav Optimisme	Religion	Sumskåre omkodet "Myke samfunnsverdier"			Total
		Høy grad av positivitet	Middels grad av positivitet	Lav grad av positivitet	
Høy optimisme	Kristendom	73 - 72%	12 - 12%	17 - 17%	102 - 100%
	Islam	8 - 66%	2 - 17%	2 - 17%	12 - 100%
	Andre religioner	8 - 73%	1 - 9%	2 - 18%	11 - 100%
	Ingen religion	62 - 59%	24 - 23%	20 - 19%	106 - 100%
	Total	151 - 65%	39 - 17%	41 - 18%	231 - 100%
Lavere optimisme	Kristendom	135 - 71%	29 - 15%	27 - 14%	191 - 100%
	Islam	12 - 57%	3 - 14%	6 - 29%	21 - 100%
	Andre religioner	13 - 52%	10 - 40%	2 - 8%	25 - 100%
	Ingen religion	123 - 65%	30 - 16%	37 - 20%	190 - 100%
	Total	283 - 66%	72 - 17%	72 - 17%	427 - 100%
Total	Kristendom	208 - 71%	41 - 14%	44 - 15%	293 - 100%
	Islam	20 - 61%	5 - 15%	8 - 24%	33 - 100%
	Andre religioner	21 - 58%	11 - 31%	4 - 11%	36 - 100%
	Ingen religion	185 - 63%	54 - 18%	57 - 19%	296 - 100%
	Total	434 - 66%	111 - 17%	113 - 17%	658 - 100%

Av tabell 6 kan vi lese at 66% av respondentgruppen samlet har høy grad av positivitet til mediene som formidlere av verdier som utgjør en etisk tenke- og handlemåte, altså de "myke" samfunnsverdier²⁶. Sett i lys av helheten, regner vi oss fram til at 43% av

²⁶ I undersøkelsen viser til "myke" samfunnsverdier til: *godhet, omsorg og ydmykehet overfor medmennesker, at det er galt å baksnakke eller krenke en annens integritet, nødvendigheten av å være ærlig og oppriktig, og si unnskyld dersom man har såret noen, at det er galt å såre / skade andre, og betydningen av å vise empati og være et medmenneske.*

respondentene med lav fremtidsoptimisme²⁷ som har høy grad av positivitet, mens 23% av respondentene med høy fremtidsoptimisme²⁸ har høy grad av positivitet. Innenfor gruppen respondenter med lav fremtidsoptimisme har 66% høy grad av positivitet, og innenfor gruppen respondenter med høy fremtidsoptimisme har 65% høy grad av positivitet. Over halvparten har altså høy grad av positivitet til at mediene fremmer disse verdiene, både sett i lys av helheten, og innenfor gruppene høy/lav fremtidsoptimisme.

Videre ser vi at 17% av respondentene innenfor gruppen høy optimisme viser middels grad av positivitet, og 18% altså viser lav grad av positivitet til at mediene fremmer disse verdiene. Vi ser at tilsvarende mange, at 17% av respondentene innenfor gruppen lavere optimisme, viser middels grad av positivitet til at mediene reflekterer ”myke” samfunnsverdier, og 17% viser til lav grad av positivitet. Grad av optimisme gir altså ingen signifikante utslag på hvorvidt respondene viser høy, middels eller lav grad av positivitet til at mediene fremmer de ”myke” samfunnsverdiene. Det vi merker oss, er at dersom vi slår sammen høy og middels grad av positivitet, så ser vi at så mange som litt i overkant av 80% av respondentene er til dels positive til at mediene fremmer ”myke” samfunnsverdier. Dette kan tyde på at det er et *behov* blant ungdom for å møte artikulering av verdier som styrker mellommenneskelig samhandling, altså verdier som *godhet, omsorg, ydmykhet, motarbeide baksnakking og krenking av andre integritet, si unnskyld, ikke såre/skade andre og vise betydningen av å vise empati og være et medmenneske*. Et norsk uttrykk som oppsummerer verdiene over kan være ”alminnelig god folkeskikk”. Av kommentarene over og kommentarer vi skal lese i det kommende, ser vi at mange mener at flere medier reflekterer medieprodukter hvor aktørene viser *mangel* på alminnelig god folkeskikk, og særlig forstår vi at dette er gjeldende i tabloide medier, på Youtube og i realityprogrammer. Når en så stor del av elevgruppen viser til behovet for at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, som reflekterer respekt og omtanke for medmennesker, så bringer dette tanken mot Taylors (2008) ideal om ”ektehet” – *Autensitetsidealet* – et moralsk samfunnsideal som bør artikuleres tydelig og ofte, for å fremme og befeste de verdiene som utgjør dette idealet. Kommentarene avspeiler også et moralsk engasjement, noe som i denne sammenhengen tilbakeviser Taylors (2008) bekymring om at individualisering og verdirelativisme ”involverer en manglende

²⁷ Elever som har krysset av for ”Jeg har ikke store planer for fremtiden og tror det vil bli vanskelig å få en jobb jeg vil trives med”, ”Jeg skulle ønske jeg hadde mer håp for fremtiden”, ”Jeg er ofte motløs og lei meg og trenger bedre selvtillit”.

²⁸ Elever som har krysset av for ”Jeg er stort sett fornøyd og har den selvtilliten jeg trenger”, ”Jeg har planer for fremtiden og tillit til at jeg vil ta utdanning og få en jobb jeg vil trives med” og ”jeg er positiv og har godt håp for fremtiden”.

bevissthet om større spørsmål som overskrider selvet, og at resultatet er at moralske horisonter svinner hen”, som vi var inne på i avsnitt 3.5. Vi ser tvert imot et tydelig moralsk engasjement i respondentgruppen.

Tabellen forteller oss også at respondentgruppen med lav fremtidsoptimisme, som til sammen er på 65% av hele respondentgruppen samlet, er nesten dobbelt så stor som respondentgruppen med høy fremtidsoptimisme, som er på 35%.²⁹ Videre regner vi oss fram til at 35% av de kristne har høy fremtidsoptimisme, mens nesten dobbelt så mange, hele 65% av de kristne har *lav* fremtidsoptimisme. Sammenliknet ser vi at 36% av muslimene har høy fremtidsoptimisme, mens 64% av muslimene har lav fremtidsoptimisme. Av de andre religionene sammenlagt (jødedom – 2 respondenter, buddhisme – 6 respondenter, hinduisme – 1 respondent og nyreligiøsitet – 11 respondenter) er det 31% som har høy fremtidsoptimisme mot 69% som har lav. Og blant elevene uten religion er det 36% med høy, og 64% med lav fremtidsoptimisme. Forholdet for de ulike religionene og ”ingen religion” er tilnærmet det *samme* som respondentgruppen samlet, noe som indikerer at religion ikke utgjør noen signifikant forskjell i forhold til lav eller høy fremtidsoptimisme. Dog er det verd å merke seg at nesten to tredeler av respondentgruppen har lavere optimisme for fremtiden. Hva som ligger til grunn for dette, er et empirisk spørsmål. Men tar vi i betraktning kommentarene elevene har gitt i spørsmålet om vi har ”medier som kan bidra til å svekke en etisk tenke- og handlemåte”, så bærer hovedtyngden av kommentarene preg av negativ utviklingstrekk. Eksempler som kan tyde på at mediene har en demotiverende effekt på ungdom kan være: ”Blader og aviser som Se & Hør etc. etc. mener jeg er skadelig for et samfunn. Deres personvern, krenking, og sosiale dumping har ikke noe i et blad å gjøre”, ”VG er en avis uten særlig respekt for annet enn sine egne lesertall, Dagbladet følger tett etter, og øverst på listen over idiotene har vi Se&Hør som burde vært lagt ned og trakkett på”, ”Aviser er ganske gode til å skape fremmedfrykt (islam)”, ”Aviser som trykker bilder av hellige skikkelser”. Over ser vi eksempler på hva elever mener om enkelte tabloidaviser. En del elever er også kritiske til reality-programmene, og denne kommentaren kan bygge opp under dette: ”Realityprogram. Kanskje spesielt programmer som ”top model” og lignende, der jentene på TV baksnakker hverandre til kamera, og der menneskene som ser på blir fortalt at de ikke er gode nok som de er” og ”Realityprogrammer som fremstiller for eksempel homofile eller sterkt troende som ”gale” eller at det er noe ”galt” med ”dem”, ”programmer som skiller enkelte i samfunnet”.

²⁹ Jeg gjør oppmerksom på at dersom variabelen ”Selvtillit” ikke hadde vært med i indeksen ”Optimisme”, så ville tallene sett nokså annerledes ut.

Hvor stor del av respondentgruppen som spiller dataspill sier denne undersøkelsen som sagt ikke noe om, men tatt i betraktning teori om utvikling av mentale skjemaer og holdningsdannelse, så kan gjentatte repetisjoner av inntrykk fra ulike medier spille en stor rolle i hvilke holdninger / verdier man utvikler, på menneskelig samhandling, samt ha innvirkning på utvikling av selvfølelse og selvtillit. I tillegg til kommentarene elevene har gitt om de andre mediene, velger jeg å tolke også kommentarene ungdommene gir om dataspill, som at de finner dem *demotiverende*, og lite oppbyggende for positiv utvikling, fremtidsvyer og positiv skaperkraft. I det følgende er et par eksempler: ”Voldelige dataspill an være avgjørende for hvordan personer blir i virkeligheten. Personen som spiller kan da leve seg inn i spillet, og derfor ikke være mot andre slik han/hun vil at andre skal være mot deg. Dette ved at det ofte er skyte- og tortureningsspill.” og ”Gå rundt og slakte ned folk.”. Når det gjelder elevenes høye eller lave optimisme, vil jeg summert opp tro, at når mediene er oppfattet å ha en såpass stor grad har en negativ effekt på samfunnet som respondentgruppen sikter til, og som teori delvis underbygger, så er det tenkelig at dette vil befeste seg og ha negative implikasjoner for elevenes utvikling, optimisme og generelle glede over liv og lære. Dette peker igjen på elevgruppens behov for normativ rettleiing, med bakgrunn i at en såpass stor del av respondentgruppen er positive til at mediene fremmer de ”myke” samfunnsverdiene, altså en etisk tenke- og handlemåte. En interessant variabel som ville gitt et mer nyansert bilde av virkeligheten vi her søker å beskrive, ville vært en kartlegging av elevenes *mediebruk* og *-vaner*, sett i sammenheng med en innholdsanalyse med vekt på verdiformidling (negative og positive) noe som *kunne* bidratt som forklaringsfaktor for årsak til lavere optimisme med hensyn selvtillit, håp og tanker om utdanning og jobb i fremtiden.³⁰

Hvis vi ser nærmere på det siste spørsmålet nevnt innledningsvis, som dreier seg om muslimske verdier er på tvers av de vestlige, slik mediedebatten ofte reflekterer, så skal vi se på det ved å summere høy og middels grad av positivitet, og sammenlikne sammenslått prosentandel for muslimske respondenter med sammenslått prosentandel for de andre grupperingene. Vi regner så ut at 80,7% av respondentene uten religiøs tilknytning har høy/middels grad av positivitet til mediene som verdiformidler av ”myke” samfunnsverdier, (sett i sammenheng med alle respondentene uten religiøs tilknytning), mot 85% av de kristne (sett i lys av alle kristne respondenter), mot 88,9% av de andre religionene sammenslått, (sett i lys av gruppen ”andre religioner”). Ser vi så på prosentandelen for høy og middels grad av positivitet samlet for muslimske respondenter, ser vi at 75,8% har høy/middels grad av

³⁰ Det er særlig variabelen ”Selvtillit” som gir utslaget på denne variabelen.

positivitet for at mediene bør formidle de ”myke” samfunnsverdiene. Denne siste prosentandelen er noe lavere enn for de andre gruppene, men hovedtyngden av de muslimske respondentene viser at de er positive til at verdiene nevnt over fremmes i mediene. Summert ser vi at holdningen til mediene som formidler av ”myke” samfunnsverdier er *relativt* lik for alle respondentene. Vi ser at respondentene for de andre religionene sammenslått og de kristne respondentene er representert med ca. 10% høyere prosentandel enn de andre gruppene for hva angår positivitet til at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, noe som i forhold til de kristne *kan* ha sin forklaring i at de humanistiske verdiene anvendt i undersøkelsen har tilnærmet samme ordlyd som de kristne, selv om islam nok fremmer de samme verdiene, men kanskje i en annen orddrakt. –

Oppsummert som svar på forskerspørsmål 2 kan vi si at majoriteten av respondentgruppen er *positive* til mediene som formidlere av de ”myke” samfunnsverdiene, altså en etisk tenke- og handlemåte, uavhengig religiøs bakgrunn. På spørsmålet om elever med lav fremtidsoptimisme er *mer* positive til at mediene fremmer de ”myke” verdiene, enn de med høy fremtidsoptimisme, så er svaret at vi *ikke* fant signifikante utslag på dette. På spørsmålet om muslimene skiller seg fra resten hva angår mediene som formidlere av ”myke” verdier, tatt i betraktning medienes negative fokus og stigmatisering av muslimene som gruppe, så kan vi slutte at denne undersøkelsen viser at dette ikke har hold i virkeligheten. Majoriteten av muslimske respondenter føyer seg inn i rekken som positive støttespillere til at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, på lik linje med de andre religionene, og de respondentene som ikke tilhører en religion.

5.5.1 Ungdoms holdninger til mediene som verdiformidlere av en etisk tenke- og handlemåte, sett i lys av religiøsitet / åndelighet og religion

Over har vi sett på ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av ”myke”

Høy / lav Religiøsitet	Religion	Sumskåre omkodet ”Myke samfunnsverdier”			Total
		Høy grad av positivitet	Middels grad av positivitet	Lav grad av positivitet	
Høy religiøsitet	Kristendom	35	6	3	44
	Islam	15	1	4	20
	Andre religioner	1	3	0	4
	Ingen religion	1	0	0	1
	Total	52, 75% (8%)	10	7	69 11%
Lav / ingen religiøsitet	Kristendom	173	35	41	249
	Islam	5	4	4	13
	Andre religioner	20	8	4	32
	Ingen religion	184	54	57	295
	Total	382, 65% (58%)	101	106	589, 90%
Total	Kristendom	208	41	44	293
	Islam	20	5	8	33
	Andre religioner	21	11	4	36
	Ingen religion	185	54	57	296
	Total	434, 66%	111, 17%	113, 17%	658

samfunnsverdier ut fra variablene religionstilhørighet og fremtids-optimisme. I avsnitt 5.2.1 så vi at religiøs tilknytning ikke nødvendigvis medfører religiøsitet / åndelighet. Med utgangspunkt i

Tabell 7: Oversikt over ungdoms holdninger til mediene som formidler av ”myke” samfunnsverdier, sett i lys av religiøsitet og religion.

tanken om at høy religiøsitet³¹ medfører et nærmere og tettere forhold til de verdiene religionen fremmer, er det interessant å undersøke hvorvidt elever med lav / ingen religiøsitet³² har større behov for mediene som formidlere av en etisk tenke- og handlemåte. For å se om religiøsitet / åndelighet og religion har utslag på elevenes holdninger til mediene som verdiformidler av en etisk tenke- og

handlemåte, vil vi derfor nå søke å besvare **forskerspørsmål 3**: *Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av de ”myke” samfunnsverdiene, sett i lys av religion og religiøsitet / åndelighet?*

³¹ Respondenter med ”høy religiøsitet” har krysset av for ”Jeg tror på at det finnes noen hellig og ukrenkelig i livet”, ”Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro”, ”Jeg mediterer ofte, det gir meg styrke og ro” og ”Jeg har min tro og er fornøyd med det” i undersøkelsen.

³² Respondenter med ”lav religiøsitet” har krysset av for ”Jeg tror ikke at det finnes noe hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler”, ”Vet ikke”, ”Jeg henter styrke og ro i naturen” og ”Annet” i undersøkelsen.

Tabell 7 inneholder tallene på antall enheter, og hvordan de har plassert seg på de ulike verdiene. Vi vil regne oss frem til prosentene vi trenger for å besvare dette spørsmålet. Av tabell 7 fremgår det at 66% av respondentgruppen sammenlagt viser høy grad av positivitet til at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, 17% viser middels grad av positivitet og 17% viser lav grad av positivitet til mediene som verdiformidler av ”myke” verdier. Majoriteten er altså positiv til dette spørsmålet, som vi kom fram til i avsnittet over. Videre ser vi at 11% av alle respondentene sammenlagt opplever høy grad av religiøsitet / åndelighet, mens hele 90% av respondentene sammenlagt opplever lav grad/ingen religiøsitet. Videre ser vi at 75% av respondentene med høy religiøsitet har høy grad av positivitet til at mediene fremmer en etisk tenke- og handle måte. 65% av elevene med lav eller ingen religiøsitet viser høy grad av positivitet overfor mediene som verdiformidler av en etisk tenke- og handlemåte. Dette forteller oss at grad av religiøsitet *ikke* gir et signifikant utslag på hvorvidt elever mener mediene bør fremme en etisk tenke- og handlemåte. Respondentene er positive til mediene som verdiformidlere, uavhengig av religiøsitet, selv om vi ser at de med høy religiøsitet skårer 10% høyere på denne variabelen. Overordnet, i forhold til respondentgruppen sett under ett, ser vi at 58% av respondentene med lav eller ingen religiøsitet er positive til at mediene fremmer verdiene nevnt over, mens 8% av respondentene med høy religiøsitet mener det samme. Sistnevnte tall er lite fordi andel respondenter med høy religiøsitet er liten sett i lys av hele respondentgruppen samlet.

Totalt sett, hva forteller dette oss? Vi ser at majoriteten av respondentene uavhengig av religion / ingen religion er positive til spørsmålet som er stilt. Vi ser også at majoriteten av respondentgruppen har lav religiøsitet. Dette kan tyde på at respondenter med lav religiøsitet / åndelighet viser et behov for verdiformidling, som et savn etter ”idealer” som ikke fremmes i de miljøer de ferdes i, med bakgrunn i at vi tenker oss at lav religiøsitet / åndelighet fordrer lav religiøs deltakelse i miljøer hvor slike verdier fremmes. Hvis det er hold i en slik innstilling, så er svaret på forskerspørsmål 3 at det er et stort behov for at mediene reflekterer en etisk tenke- og handlemåte, for å fylle det moralske rom og på den måten definere en felles erfaringshorisont preget av verdier som sikrer god menneskelig samhandling, og dertil økt sosial trygghet for den enkelte (Taylor 2008).

5.5.2 Bidrar religiøs tilhørighet til fremtidsoptimisme hos ungdom?

Ut fra behovet for verdiformidling av en etisk tenke- og handlemåte indikert i avsnittene over, er det interessant å undersøke hvorvidt religiøsitet også gir utslag på respondentenes fremtidsoptimisme, noe som kan indikere at tydelig verdiformidling har

Religiøst savn	Høy / lav norsk identitet	Optimisme		
		Høy optimisme	Lavere optimisme	Total
Opplever religiøst savn	Høy norsk identitet	12	35	47
	Lav norsk identitet	0	4	4
	Total	12	39, 77% (6% sett i lys av helheten)	51, 8%
Opplever ikke religiøst savn	Høy norsk identitet	205	348	553
	Lav norsk identitet	14	40	54
	Total	219	388, 64% (59% i lys av helheten)	607, 92%
Total	Høy norsk identitet	217	383, 64%	600
	Lav norsk identitet	14	44, 76%	58
	Total	231, 35%	427, 65%	658

påvirkning på elevens selvtillit og motivasjon for utdanning og jobb i fremtiden. Vi søker derfor svar på **forskerspørsmål 4: Bidrar religiøs tilhørighet til fremtidsoptimisme hos ungdom?** Svaret på dette spørsmålet kan eventuelt indikere at elever med religiøst savn, og som derfor sannsynligvis ikke får verdiformidling via religiøs tilhørighet, kan få økt optimisme for fremtiden, dersom medier bidrar med formidling av verdier som fremmer en etisk tenke- og handlemåte. For å besvare dette spørsmålet tar vi i bruk variablene

Tabell 8 Oversikt over i hvilken grad religiøst savn og grad av norskhet, spiller inn på selvtillit og motivasjonen til å ta utdanning og få en jobb man vil trives med i fremtiden.

”identitet”³³, ”optimisme” og ”religiøst savn”³⁴. Også i denne tabellen utelater vi prosentene SPSS regner ut, og regner oss frem til de prosentene vi trenger for analysen.

Av tabell 8 ser vi at innenfor gruppen av respondenter med lav norsk identitet, så er det 76% som har lavere optimisme, hvor resten har høy optimisme for utdanning og jobb for fremtiden. 76% er også et relativt høy tall. Dette kan ha sammenheng med følelsen av å være stigmatisert i mediene. Det kan også ha sammenheng med oppslag om innvandrere som har

³³ ”Høy norsk identitet” utgjør de respondentene som har krysset av for verdiene ”Jeg bor i Norge, og føler meg norsk” og ”Jeg føler meg godt integrert i det norske samfunnet” i undersøkelsen. ”Lav norsk identitet” utgjør de respondentene som har krysset av for verdiene ”Jeg bor i Norge, men føler meg ikke norsk” og ”Jeg er ikke så godt integrert i det norske samfunnet” i undersøkelsen.

³⁴ ”Opplever savn” utgjør de respondentene som har krysset av for verdien ”Jeg skulle ønske jeg hadde noe å tro på”, og ”Opplever ikke savn” utgjør de respondentene som har krysset av for ”jeg har min tro og er fornøyd med det, ”Jeg har ikke behov for å tro på noe” og ”Vet ikke” i undersøkelsen.

vanskeligheter med å skaffe seg arbeid, som nevnt innledningsvis.³⁵ Tidligere har vi vist til at positiv integrering av innvandrere i samfunnet kan for noen ha blitt delvis hindret i visse tilfeller, som følge av stigmatisering av innvandringsgrupper, og religion fremstilt som et sosialt problem i mediene (Hjelm 2006). Tallene denne (lille) undersøkelsen presenterer kan være en indikasjon på at arbeidet med å tilrettelegge for innvandrere i forhold til inkludering i arbeidslivet (positiv publisering), vil legge til rette for utvikling av en identitet preget av tillit til at utdanning fører til gode jobber. Opplever man offentlig stigmatisering i mediene, vil tilbøyeligheten til å ønske å være ”norsk” bli svekket og man utvikler en identitet i kontrast til det man føler seg ekskludert fra (Mainsah 2010). Mediene kan selv bidra til å reversere en eventuell negativ trend, blant annet ved å løfte fram vellykkede innvandrere når det kommer til arbeidsdeltakelse og integrering, og slik vise fram gode forbilder for ungdom i oppvekst.

Bemerkelsesverdig er det at hele 64% av respondenter med høy norsk identitet samlet, viser til lavere optimisme. Her kan vi ikke bruke manglende integrering som forklaringsmodell. Vi må stille oss spørsmålet om hvordan det ”offentlige moralske rom” (Taylor 2008) kan tenkes å påvirke elevenes lave optimisme. Én side ved verdiene elevene møter i det ”offentlige moralske rom” har vi vært inne på tidligere, det har med etikk og menneskelig samhandling å gjøre, og hvor en stor andel av elevene tydelig markerer avstand fra medier som svekker en etisk tenke- og handlemåte. Forhold som denne undersøkelsen ikke berører er hvilke ”vyer”, drømmer og håp mediene bidrar med for ungdom i oppvekst. Kan det tenkes at fokus på penger og rikdom og ”enere” tar vekk motivasjonen for den gjengse jente og gutt på vei til voksenlivet? Kan det tenkes at konkurransen om de ”beste” jobbene fokuseres fremfor verdien av å arbeide med noe som gir livskvalitet, uten at penger skal være en styrende verdi? Dette blir fabuleringer, og videre undersøkelser må skaffe til veie empiri på hvorvidt mediebildet i dag bidrar til å svekke ungdoms motivasjon og drømmer for fremtiden. Vi ser likevel en tendens som tyder på at behovet for eksponering av positive verdier er stort, som vi har vært inne på tidligere.

Ser vi på variabelen som viser hvorvidt respondentene opplever ”religiøst savn”, sett i lys av hele respondentgruppen samlet, finner vi ut at 92% ikke opplever religiøst savn. Av disse er det 64% som viser lavere optimisme. Tilsvarende for respondentgruppen som *opplever* religiøst savn, sett i lys av alle respondentene samlet, finner vi 8%. *Innenfor* gruppen av respondenter som opplever religiøst savn er det 77% som viser til lavere optimisme.

³⁵ Vi må i denne sammenhengen ikke glemme alle innvandrere som er godt integrert, som tar utdanning og / eller som arbeider i dag.

Videre, ser vi på gruppen respondenter som opplever religiøst savn og som har lavere optimisme sett i lys av hele respondentgruppen samlet, så får vi tallet 6%. Spørsmålet vi forsøker å besvare er hvorvidt religiøst savn kan bidra til svekket optimisme. Vi ser altså at 77% av respondentene som opplever religiøst savn har lav fremtidsoptimisme, mot 64% av respondentene som ikke opplever religiøst savn som har lav fremtidsoptimisme. Dette er en differanse på 13%. Dette er ikke en signifikant forskjell, slik jeg ser det, dog viser data at prosentandelen av de respondentene med religiøst savn som har lavere optimisme er større enn respondentgruppen uten religiøst savn som har lav fremtidsoptimisme. Vi kan derfor si at svaret på forskerspørsmål 4 er at det *er* en liten forskjell, som tyder på at religiøst savn *kan* bidra til lav fremtidsoptimisme i forhold til selvtillit, og motivasjonen for utdanning og jobb i fremtiden, selv om den ikke er signifikant.

5.6 Ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av "politiske verdier"

Medieringen av religionsdebatten presentert tidligere i oppgaven viser til at det er *islam* som ses på som den religionen som av noen oppfattes å "true" norske verdier. Samtidig leste vi om moderate krefter som arbeider for å modernisere religionen i tråd med de verdiene som har preget vestlige samfunn. På oppdrag for NRK har datainnsamlingsbyrået Norstat gjennomført en undersøkelse på dette temaet. Den resulterte i overskriften: "25 prosent av Norges befolkning mener det er for mange muslimer i landet. Like mange mener islam er en trussel mot norsk kultur, viser en ny undersøkelse" (Sandvik og Liestøl 2011). "Hvert år blir nordmenn spurt om de mener «verdiene innenfor islam er forenelige med grunnleggende verdier i det norske samfunnet». Svarene svinger lite fra år til år, og gjennomsnittet fra 2005 til 2010 viser at over femti prosent mener verdiene ikke er forenlige" (Sandvik og Liestøl 2011). Minoritetsforsker Randi Gressgård peker på at det er "en generell tendens i Europa og USA at folk ser på ikke-vestlig kultur som en trussel mot nasjonal og vestlig kultur. Dette illustrerer medialiseringbegrepet til Hjarvard (2008), her er det holdningen til innvandrere som reflekteres, og sett i lys av Ignatieffs tanker (via Plaisance 2002) peker journalistikken over på *konsekvenser* av etniske konflikter, i stedet for å undersøke *årsaken* til dem. Konsekvensen og fokus i denne sammenhengen er at en relativt stor andel nordmenn viser avstand til muslimer. Teori i denne oppgaven peker på overflatejournalistikk, nyheten som presenteres over tolkes i denne sammenhengen som "overflatisk", både med hensyn til vinkling på NRKs undersøkelse, og av dekningen av dens resultater. For å yte rettferdighet til moderate muslimer, kan det tenkes at det hadde vært riktig å intervjuet et visst antall muslimer

for forsøke å få fram et mer nyansert bilde, for eksempel med spørsmålene ”Stemmer dette? Er det slik at nordmenn har noe å frykte? Er vi så ulike når det kommer til verdier, som overskriften tilsier?” I tråd med teori nevnt i kapittel 3 ville journalistene i større grad fått fram et mer nyansert bilde av virkeligheten, hvor liberale muslimske stemmer kunne fått en talerstol og gitt innblikk i en religion positiv til og i utvikling mot mer ”vestlige” verdier, og utfallet av artikkelen ville være det motsatte av å forsterke fordommer, som jeg vil påstå denne artikkelen er i stand til, i tråd med Hjelm (2006) tanker om å ”konstruere” religion som et sosialt problem i mediene. Det kan tenkes at muslimer ikke har så ulike verdier i forhold til etniske nordmenn som nyheten referert til over skulle tilsi. Vi vil i det kommende søke å svare **forskerspørsmål 5: Hvilke holdninger har ungdom til medienes formidling av ”politiske” verdier, sett i lys av religion og optimisme?** Tabell 9 gir oss en oversikt over i hvilken grad respondentgruppen mener at mediene bør fremme verdiene nevnt nedenfor, etter grad av viktighet, og sett i lys av variablene ”religion” og ”fremtidsoptimisme”. For å lette tabellanalysen, har jeg valgt å gjøre også variablene som angir de politiske samfunnsverdiene dikotome. Det er den delen av respondentgruppen som er ”positiv” til at mediene fremmer verdiene nevnt nedenfor som fremkommer i tabellen.

Tabell 9: Variablene for de politiske verdiene er dikotome, og tabellen under viser oversikten over andel respondenter som er positive til at mediene fremmer samfunnsverdiene nevnt i tabellen. I andre kolonne ser man antall respondenter innenfor hver religion som henholdsvis høy eller lavere optimisme. Det første tallet i de andre kolonnene angir antall respondenter som er positive til verdien. Prosenten angir antall prosent innenfor variabelen ”religion” og ”høy” eller ”lavere optimisme”. Desimalene er utelatt.

	Religion	Ytringsfrihet og demokrati, bekjempe maktmisbruk på alle nivåer	Bekjempe all form for rasisme	Fremme likestilling og likeverd mellom mann og kvinne	Fremme likeverd og toleranse mellom religioner/trosretninger	Beskytte homofiles rettigheter	Fremme motivasjon til utdanning og arbeid	Fremme respekt for lover og regler, samt ærlig og betale skatt
Høy optimisme	Kristendom 102	91 - 89%	93 - 91%	89 - 87%	84 - 82%	82 - 80%	89 - 87%	90 - 88%
	Islam 12	10 - 83%	11 - 92%	10 - 83%	11 - 92%	8 - 67%	9 - 75%	10 - 83%
	Andre religioner 11	9 - 82%	9 - 82%	9 - 82%	9 - 82%	9 - 82%	9 - 82%	9 - 82%
	Ingen religion 106	95 - 90%	91 - 86%	89 - 84%	83 - 78%	88 - 83%	91 - 86%	95 - 90%
	Total 231	205 - 89%	204 - 88%, (31% av 658)	197 - 85%, (30% av 658)	187 - 81%, (28% av 658)	187 - 81%, (28% av 658)	198 - 86%, (30% av 658)	204 - 88%, (31% av 658)
Lavere optimisme	Kristendom 191	174 - 91%	166 - 87%	171 - 90%	164 - 86%	167 - 87%	162 - 85%	171 - 90%
	Islam 21	16 - 76%	18 - 86%	16 - 76%	18 - 86%	12 - 57%	16 - 76%	17 - 81%

	Andre religioner 25	22 - 88%	20 - 80%	20 - 80%	18 - 72%	21 - 84%	22 - 88%	19 - 76%
	Ingen religion 190	178 - 94%	171 - 90%	168 - 88%	152 - 80%	165 - 87%	163 - 86%	176 - 93%
	Total 427	390 - 91% (65% av 658)	375 - 88%, (57% av 658)	375 - 88%, (57% av 658)	352 - 82%, (53% av 658)	365 - 86%, (55% av 658)	363 - 85%, (55% av 658)	383 - 90%, (58% av 658)
Total	Kristendom 293	265, 90%	259, 88%	260, 89%	248, 85%	249, 85%	251, 86%	261, 89%
	Islam 33	26, 79%	29, 88%	26, 79%	29, 88%	20, 61%	25, 76%	27, 82%
	Andre religioner 36	31, 86%	29, 81%	29, 81%	27, 75%	30, 83%	31, 86%	28, 78%
	Ingen religion 296	273, 92%	262, 89%	257, 81%	235, 79%	253, 86%	254, 86%	271, 92%
	Total 658	595, 90%	579, 88%	572, 87%	539, 82%	552, 84%	561, 85%	587, 89%

Som det fremgår av tabell 9 ser vi totalt sett at ingen av variablene over skiller seg negativt ut i særlig grad. Både innenfor ”kristendom”, ”islam”, ”andre religioner” og ”ingen religion” er majoriteten av respondentene positive til at mediene fremmer de politiske verdiene det spørres om i undersøkelsen. Gjennomsnitt for positiv innstilling til at mediene fremmer alle de politiske samfunnsverdiene samlet under ett på 87%. Samfunnsverdien med lavest gjennomsnittsskåre på positivitet er ”Fremme likestilling og toleranse mellom religioner”, her er snittet på 82%. Deretter kommer ”Beskytte homofiles rettigheter”, med et snitt på 84%. Det er likevel høye tall. I stigende rekkefølge etter dette kommer ”Fremme motivasjon til utdanning og arbeid” med et snitt på 85%, ”Fremme likestilling og likeverd mellom mann og kvinne” med et snitt på 87%, ”Bekjempe all form for rasisme” med snitt på 88%, ”Fremme respekt for lover og regler, samt arbeide ærlig og betale skatt, med snitt på 89%. Som den mest populære verdien seiler samfunnsverdien ”Ytringsfrihet og demokrati, bekjempe maktmisbruk på alle nivåer”, opp med hele 90% av respondentgruppen samlet som er positive. Videre, dette er den samfunnsverdien som har blitt hyppigst nevnt og debattert i mediene, og som var særlig fremtredende i siste del av 2000-tallets første decennium, med en slagside mot muslimer som ble oppfattet som motstandere av friheten til å kunne ytre seg fritt. Det var særlig publiseringen av muhammedkarikaturene i Jyllandsposten i 2005 som var utgangspunkt for debatten, hvor motivet var å vise at en vestlig verdi som ytringsfriheten ikke vil la seg kue av ekstremistiske krefter. Mange vil hevde at dette er misbruk av ytringsfriheten som verdi, noe vi vil komme tilbake til i diskusjonen i kapittel 6.

Dette forholdet gjør at det er interessant å gå nærmere inn på hva muslimene faktisk mener om denne verdien, utgangspunktet er at mediene har stigmatisert muslimene som én gruppe, hvor alle oppfattes å være imot denne, og andre sentrale vestlige verdier, et forhold som kan tenkes spiller inn og som ligger til grunn for fremmedfrykt og avstandtagen til muslimske innvandrere. Som vi var inne på er dette uheldig for integreringen, både i form av tilrettelegging for integrering med tanke på ansettelsesforhold, og som følge av dette, ungdoms manglende motivasjon for videre utdanning, som medfører arbeidsledighet, frustrasjon og for noen opptøyer som vi var inne på tidligere. Dersom vi undersøker andel av muslimske respondenter som er positive til ytringsfrihet og demokrati som verdi, for å bekjempe maktmisbruk på alle nivåer, så ser vi at 79% av muslimene er positive. (Igjen må vi ta forbehold, siden respondent gruppen er såpass liten). Dette er 11% færre enn kristne respondenter samlet. Videre ser vi at "Andre religioner" gir en oppslutning på 86% og "Ingen religion" har 92% på denne variabelen. Vi ser en tydelig tendens til at gruppen respondenter med muslimsk bakgrunn langt fra er så negative til verdien ytringsfrihet som nyhetsbildet fremmer. I forhold til denne undersøkelsen kan vi si at medieringen av nyheten over, gir et falskt bilde av de faktiske forhold. En definisjon av hvilke verdier muslimer faktisk slutter opp om, burde vært tatt med i artikkelen, for å gi et mer nyansert bilde av virkeligheten. Når tilnærmet 80% av muslimene er positive, betyr det videre at ca 20% er negative eller usikre til at verdien bør fremmes i mediene. I forhold til teori diskutert tidligere i oppgaven ser vi at det argumenteres for at ytringsfrihet er en verdi vi finner innenfor islam (Ghozlan og Khan-Østrem), i tillegg viser Khan-Østrem til revitaliseringen av islams opprinnelige verdier, islamsk humanisme, hvor Medina-erklæringen tydelig klargjør menneskerettighetenes plass innenfor islam. Med bakgrunn i teori om at kampen om "islams hjerte" nå foregår mellom to ytterfløyer, en konservativ og en moderat stiller Khan-Østrem spørsmålet "Hvilken islam er det vi vil følge?", og peker på at hvilken muslimsk identitet som formes, dreier seg "unehtelig om medias fremstilling av islam, som tradisjonelt har vært problematisk. ..."³⁶. Ut fra dette ser vi at nyheten som innleder inneværende avsnitt kan oppfattes som problematisk i forhold til det komplekse samspillet mellom muslimske identiteter, integrering og utviklingen av det norske samfunnet. Hva som ligger til grunn for at nærmere 20% av muslimene er negative til at mediene fremmer betydningen ytringsfrihet og demokrati i samfunnet, *kan* dreie seg om hvordan ytringsfriheten utøves i mediene. Det er mange eksempler på at denne verdien har fått en funksjon *utover* det å søke sannheten, samt avsløre urettferdigheter, maktmisbruk og

³⁶ Se avsnitt 3.4.

tilrettelegge for offentlig debatt i demokratiets navn. Som Hjelm (2006) i avsnitt 3.3 påpeker, selve *kilden* til sosiale problemer kan ligge i medienes konstruksjon av religion som et sosialt problem. Følgene av trykkingen av karikaturtegningene og etterfølgende religionsdebatt kan ha medført negativ integrering, økende radikaliserings, og ført til sosiale problemer vi i dag kan hende hadde unngått dersom man var mer varsom i forhold til hvilken *funksjon* ytringsfriheten skal ha i mediene. Dersom man finner kulturelle trekk ved en religion som ikke er forenlige med vestlige verdier, så kan man bruke ytringsfriheten til å skape debatt om kulturelle trekk som oppfattes som problematiske. Igjen kunne moderate muslimer fått en talerstol, og følgende av dette, (i tråd med teori nevnt tidligere), ville kunne hatt positive implikasjoner på hvilken identitet muslimer utvikler i forhold til det norske samfunnet, og hvilken holdning majoriteten i samfunnet utvikler i forhold til muslimer. Det kan være at gruppen muslimer på 20% som viser seg negative eller usikre til om mediene bør fremme ytringsfriheten som verdi, tar utgangspunkt i ovennevnte. At verdien ytringsfrihet assosieres med krenkelse av religiøse følelser. Denne oppgaven fokuserer på det positive aspektet, på den *positive* oppslutningen omkring samfunnsverdiene, nemlig at nærmere 80% av muslimene er positive til en verdi, mange nordmenn som følge av mediering kan hende har fordommer om at de *ikke* er, og som det går frem av NRKs årlige undersøkelse nevnt over.

Ser vi på de andre gruppene, kan argumentasjonen overfor like gjerne gjelde både de kristne respondentene, respondentene som utgjør de andre religionene, og de respondentene som ikke tilhører noen religion. Gjennomsnittlig er prosenten for disse gruppene som er negative eller usikre på om mediene bør fremme verdien ytringsfrihet (og demokrati / bekjempe maktmisbruk på alle nivåer), på 10%. Det er kanskje ikke så rart, noe argumentasjonen over gir forklaring på. Det *kan* altså være at konfliktfokus i etterkant av publiseringen av karikaturene har ført til behovet for et mer nyansert bilde på hva ytringsfriheten skal dreie seg om, foreløpig er dette et empirisk spørsmål. Som nevnt tidligere er det i denne sammenhengen nødvendig å ta med at det er elever i 3. klasse videregående som har besvart undersøkelsen, noe som indikerer at de ikke tilhører den delen av innvandrerdøm som har avsluttet skoleforløpet før det var ferdig. Hvorvidt ungdom med innvandrerbakgrunn som avbryter studieforløpet ville sluttet opp under verdiene nevnt over i samme grad som ungdom som fullfører videregående skole er videre et empirisk spørsmål. Å ikke fullføre studieforløpet kan ha med manglende mestringsfølelse å gjøre, som kan avhenge av motivasjon og innsats til elevene. Innledningsvis nevnte jeg elever som sluttet å lese til

prøver allerede i 9. Klasse, fordi ”de ville jo ikke få jobb uansett”, som følge av medieoppslag hvor de følte seg stigmatiserte i forbindelse med sin innvandrerbakgrunn.

Dog, ytringsfriheten som verdi kan være omstridt ut fra andre perspektiver enn det som utelukkende har med religion å gjøre. Croteau og Hoynes (2006) peker i avsnitt 3.5 på kommersialisme og postmodernismens preg på kultur og medier, og vektlegger at det bare er en ”fri presse” som ivaretas av USAs grunnlov, og *ikke* offentlighetens og samfunnets interesse. Hjarvard er innenfor samme tradisjon, og viser til at mediene er underkastet en kommersiell logikk, hvor ”medienes kulturelle og politiske formål var informasjon, opplysning, diskusjon og dannelse, men at disse formålene i dag står i bakgrunnen til fordel for kommersielle budskaper som reklame og et medieinnhold preget av livsstilreklame som fordrer kjøp av varer og livsstil” (Hjarvard 2008:19). I forlengelse av ”omsorgen” for offentlighetens og samfunnets interesse peker Hoover (2006:12-13) på at media skaper og former vår referanseverdien av symboler, verdier og ideer, noe som skaper særlig bekymring i forhold til voldelig filmer og programmer. Croteau og Hoynes (2008:8) er opptatt av hvilke samfunnsmessige konsekvenser det kan ha når tv-seere stadig eksponeres for vold på tv, og reiser spørsmålet om hvem som avdekker kritikkverdige forhold ved mediene? Forholdene nevnt over, i tillegg til tabloidisering av nyheter, viser alle til medieaktører som anvender ytringsfriheten til å skape medieprodukter med utgangspunkt i kommersielle interesser, under argumentasjonen om at vi kan ”si, mene og produsere *hva* vi vil, i ytringsfrihetens (og relativismens) navn”. Vi har i avsnitt 5.3-5.5 fått presentert at respondentene viser til flere medieprodukter som inneholder tvilsom moral. Relativismen i forhold til produksjon av medieprodukter under vern av ytringsfriheten som verdi, vil vi komme tilbake til i diskusjonen.

Det er naturlig å vie ekstra plass til diskusjonen om ytringsfrihet, siden dette er verdien som har vært og er oppe til debatt i mediene, og som til nå er den verdien som har vært mest omstridt. Tabell 9 viser også andre forhold.

Hvis vi ser på positiv oppslutning omkring de politiske verdiene sett i lys av *høy optimisme*, regner vi oss fram til at gjennomsnittet for kristne respondenter er på 86%, for muslimske respondenter er snittet 82%, respondenter fra andre religioner har et snitt på 82%, og respondenter uten religiøs tilhørighet har et snitt på 85%. Dette er høy snittverdi gjennomgående for alle grupperingene som har god selvtillit, og høy optimisme for utdanning og jobb i fremtiden. Vi ser at muslimske respondenter *ikke* skiller seg ut fra de

andre gruppene, men viser tilsvarende positivitet. Igjen ser vi at artikkelen nevnt over viser et falskt bilde av virkeligheten, tar vi funnene fra denne undersøkelsen i betraktning, dog med forbehold på grunn av tynt grunnlag. Sammenlikner vi dette med snittet for respondenter med lav selvtillit, og som tror utdanning og jobb vil by på problemer i fremtiden – *lavere optimisme* – så ser vi at snittet for kristne respondenter er omtrent tilsvarende for dem med høy optimisme, altså 88%. Muslimske respondenter med lavere optimisme har 77% i snitt i positivitet på alle de politiske samfunnsverdiene, et snitt som er 5% lavere sammenliknet med muslimske respondenter med høy optimisme. ”Andre religioner” med lavere optimisme sammenliknet med ”Andre religioner” med høy optimisme viser tilsvarende *samme* resultat, 81% positiv oppslutning. Og til slutt, respondenter som ikke tilhører en religion og som har lav motivasjon for fremtiden har et snitt på 88%, altså en liten økning på 3% fra dem innenfor samme gruppe som har høy motivasjon. Vi ser ut fra dette at variabelen høy/lavere optimisme ikke gir signifikante forskjeller i forhold til oppslutning omkring de politiske verdiene.

Det er verdien ”Beskytte homofiles rettigheter” som sterkest skiller seg negativt ut hos de muslimske respondentene samlet, med en positiv oppslutning på 61%. Her har de andre gruppene mellom 83% - 86% positivitet. Deretter kommer ”Fremme likestilling og likeverd mellom mann og kvinne” hvor ”Islam” har en positiv på 79%, og hvor ”Kristendom” har positiv oppslutning på 89%, ”Andre religioner” har her en oppslutning på 81%, det samme med ”Ingen religion”, som har en oppslutning på 81%. Verdien ”Fremme motivasjon til utdanning og arbeid”, får av muslimske respondenter en oppslutning på 76%, av kristne 86%, det samme av ”Andre religioner” 86%, også ”Ingen religion” gir her en oppslutning på 86%. Det er muslimene som har fått gjennomgå negativ stigmatisering i mediene. I forhold til ”Bekjempe all form for rasisme”, er 88% av de kristne respondentene positive, det samme med de muslimske respondentene, respondentene fra de andre religionene sammenlagt viser her en positiv oppslutning på 81%, mens respondenter som ikke tilhører noen religion viser til et noe høyere tall, her finner vi 89% oppslutning til at samfunnsverdien ”Bekjempe all form for rasisme” fremmes i mediene. Tatt i betraktning at islam som religion gjennomgår brytninger, og er i utvikling, så vil jeg argumentere for at det er gode tall som kommer frem her. Til tross for at prosentandelene kunne vært høyere, (også hos de andre gruppene), så er de altså ikke lavere, noe som indikerer en positiv trend og oppslutning omkring vestlige verdier, og sett i sammenheng med teori nevnt over, er de humanistiske verdiene som utgjør menneskerettighetene også verdier man finner innenfor islam.

5.7 Ungdoms refleksjoner omkring undersøkelsen

Etter at elevene hadde besvart alle spørsmålene i undersøkelsen, kunne de velge å skrive sine tanker og refleksjoner de hadde fått underveis. I tråd med Taylor ekspressive språkteori, var nå utvalgte verdier fra Opplæringsloven artikulert og vært gjenstand for vurdering og refleksjon, og elevene hadde brukt tid til å ta stilling til verdier de kanskje vanligvis ikke tenker så mye over i det daglige. Taylors (2008) utgangspunkt er at kvalitative distinksjoner er underliggende for våre moralske følelser, og ved å artikulere verdiene vil disse distinksjonene skapes. Gjennom undersøkelsen er verdiene riktignok bare artikulert én gang, og ikke mange nok ganger til å skape de distinksjonene som ifølge Taylor former det moralske rom som felles erfaringshorisont, som er nødvendig for at verdiene skal befestes seg. Likevel er det interessant å undersøke hvilke tanker og refleksjoner elevene har gjort seg. Vi vil nå søke å besvare **forskerspørsmål 6**: *Hvilke tanker sitter ungdom igjen med etter å ha reflektert omkring verdier i media?*

Svarene elevene ga er på til sammen seks tettekrevne A4-sider, så vi kan bare ta med noen av kommentarene her. Det var overraskende å se hvor mange som stilte seg positive til undersøkelsen, og hvilke tanker de har gjort seg underveis. Forskerspørsmålene over viser alle til funn som kan tyde på at det kan være et behov for ungdom å ha et normativt rammeverk å forholde seg til. Kommentarene under vil underbygge dette, noen av elevene delte sine tanker omkring fremtidsutsikter, andre fortalte mer konkret hvilke tanker de hadde fått omkring verdier i samfunnet. Under er noen eksempler:

”Det var en tankevekker og det er viktig at mennesker er klar over medias betydning og mulighet til å påvirke i vårt samfunn.”, ”Har i større grad gått opp for meg at jeg har stor tro på min egen framtid. Samtidig savnet jeg spørsmål om fremtiden generelt, for Norge, Verden og klimaet. (Her har jeg mindre optimisme.)”, ”Jeg synes spørsmålene var bra, de fikk meg til å reflektere. Testen fikk meg til å tenke.”, ”Det er viktig å sette ytringsfriheten høyest, likevel må media reflektere over hva de faktisk ytrer.”

Ikke alle var like positive, under er noen kommentarer som tyder på det:

”Unyttig meningsundersøkelse, Mediers oppgave er å formidle den fulle og hele sannheten, som er en betingelse for ytringsfriheten, hvis den holder tilbake får vi ikke hele sannheten. Den er ikke til for å skåne, derfor blir undersøkelsen litt misvisende.” ”Mediene kan si hva de vil.”, ”Det er mange av spørsmålene som media ikke har noe med å gjøre, utenom å rapportere om de sakene som andre har gjort noe med.” ”Noen av spørsmålene om media var ekstremt lite nødvendige, og generelt irriterende å måtte ta stilling til.” ”Som sagt, jeg gir faen i alt.” ”Møkkaskjema.”, ”Jeg mener at hovedansvaret for å lære mennesker disse verdiene og holdningene ligger hos familien og skolen, det er ikke medienes ansvar å lære oss dette. Men de kan rette litt mer fokus på temaene for å få mennesker til å bli mer bevisste.”

Disse kanskje litt ”negative” kommentarene er absolutt i mindretall. Majoriteten av elevene som har kommentert undersøkelsen viser stort engasjement i kommentarene sine:

”Jeg må få sagt, at dette var en svært, vel la oss si, unik, spørreundersøkelse.”, ”Får tanker om å være mer tolerant, og at det er viktig å respektere folks holdninger, tradisjoner, religioner og kulturer”, ”At det er viktig å ta vare på hverandre.”, ”Håper denne undersøkelsen skal gjøres av voksne også, det gir ut hva jeg tenker på.”, ”Tommel opp!”, ”Fikk tenkt over hva jeg egentlig føler og tenker, spesielt over religionen.”, ”Lært mye...tak.”, ”Jeg har veldig lav selvtillit, jeg bryr meg lite, og kommer til å få store problemer etter vgs. Dette har fått meg til å reflektere over livet mitt.”, ”Det har gått opp for meg at vi tenker over spørsmålene vi har stilt, og at vi gjør oss opp en mening om dem.”, ”Jeg tenker vel mest på hvor mye man egentlig blir påvirket av mediene. Ens syn og meninger kan fort endres ved se eller høre noe fra medieverdenen.”, ”Det var en bra undersøkelse, den fikk meg til å reflektere over verdiene i et samfunn”, ”Det er klart at disse emnene er viktige og at man tenker på de ofte, og det er faktisk helt sant at mediene burde skjerpes og at det i alle fall i alle seriøse programmer burde tas opp viktigheten av moral, etikk og godhet!”, ”Jeg synes dette var en flott undersøkelse.”, ”Det er viktig å hjelpe til i undersøkelser som denne, slik at man kan hjelpe å guide inn i en respektfull, hensynsfull og ærlig medieverden.”, ”At medie holder ikke på de viktige, som polakker som jobber for 30 eller 100 kr i time i yrkesfag, mens vi bruker 2 år på skole for å læring, og plutselig får vi ingenting”, ”Undersøkelsen gav meg flere spørsmål om hva jeg som enkeltperson kan gjøre for å hjelpe andre i de ulike samfunn med fordelte makten jeg har fått. Den undersøkelsen har gitt meg mange spørsmål samt mange måter å besvare dem på. Takk.”, ”At medier bør konsentrere seg mer på verdier folk bør ha som mennesker. Og at mediene må formidle at toleranse og respekt er viktig.”, ”Mine tanker etter å ha fullført undersøkelsen er at media bryter flere etiske tenke- og handlemåter gang på gang, noe jeg aldri har tenkt over før. Diverse tv-program, bestselgerspillene osv.”, ”At media faktisk ha veldig mye å si for samfunnet. De kan vinkle saker, og opptre uetisk, og de går ut på å smange folk.”, ”Den har gjort meg bevisst på noen områder om mine verdier.”, ”Enkel og konkret, fikk meg til å tenke tanker jeg kanskje ikke hadde tenkt på før.”, ”At det er viktig at vi som mennesker tar tak i samfunnet vårt!”, ”Spørsmålene under del 1 som fokuserte på fremtiden gjorde meg kanskje litt lettet. Har ofte vært urolig for at jeg er en av de få som ikke vil gjøre det bra i skole og jobbsammenheng men siden dette ble tatt opp i et av spørsmålene, beviser det for meg at det må være en del med slike tanker.”, ”Mediene har en utrolig stor og viktig jobb i samfunnet, og det er viktig at de tar hensyn til deres regler fra Vær varsomplakaten og lignende.”, ”Det blir bare større og større på mediene rundt oss, og produsentene må konkurrere mer og mer. Det kan føre til bedre medier, men også verre. Blir spennende å se hvordan det blir i fremtiden. Det er et populært tema, og mange jeg kjenner vil jobbe under dette temaet, noe jeg også har sterke ønsker om!”, ”Aviser er ganske gode til å skape fremmedfrykt (islam). Noen filmer og tv-serier fra Hollywood kan også bidra, men hovedsakelig avisene rundt i verden.”

Tanken bak artikulering av Autensitetsidealet, og de verdiene som utgjør dette (Taylor 2008), er å gjøre verdiene levende, bringe dem fram i bevisstheden, og la dem bli en del av det moralske rom, som et verktøy og en kilde til refleksjon når man definerer seg selv og sin identitet. Taylor argumenterer for at dette vil skape nye distinksjoner og betinge nye tilstander for mellommenneskelig atferd. ”Det er en sammenheng mellom slike tilstander og moralske nyanser, som blir tydelige for oss, ved at de artikuleres ofte (Nafstad i Taylor 2008:11).³⁷ Taylor argumenterer for at moralske diskusjoner bør dreie seg om *det gode a priori* fremfor diskusjonen om hva som er *riktig*, fordi det gode, når det artikuleres, vil vise til hva som er riktig (Taylor 1998:98, min oversettelse). Majoriteten av kommentarene over viser til en oppslutning omkring tanken om at mediene bryter moralske horisonter, og empiri over tyder på at ønsket om at mediene heller fokuserer på *det gode* er sterkt. Dette indikerer et ønske hos respondentene om moralsk bevisstgjøring, og majoriteten viser til at de ikke er fremmede for at mediene kan bidra i et slikt løft.

³⁷ Se avsnitt 1.1.

5.8 Oppsummering og svar på overordnet problemstilling

I kapittel 1 ble fokus for denne oppgaven presentert, hvor mediernes formidling av samfunnsverdier og de erfaringshorisonter ulike medier legger opp til som referanse for ungdom i oppvekst, er det sentrale. Elevene har i undersøkelsen gitt sin oppslutning til om hvorvidt de mener mediene bør fremme ulike samfunnsverdier etter grad av viktighet, i tillegg til å vurdere hvorvidt ulike medier legger press på samfunnsverdiene som presenteres i undersøkelsen. Videre ble det understreket at fokus ligger på ungdoms motivasjon for utdanning og arbeid i fremtiden, som har stor betydning for mestring og måloppnåelse. Teori om religion, ytringsfrihet og om individualisering og tap av mening er presentert. Det samme med teori om medialisering og om religionsdebatten som har vært særlig fremtredende i mediene det siste tiåret, i tillegg til teori om postmodernisme og om kommersialisering av mediene hvor den instrumentelle fornuft med fokus på økonomisk vekst ser ut til å gå foran hensyn til samfunnets utvikling og enkeltindividers og gruppers behov. Vi har berørt hvordan holdninger utvikles, og vært innom kommunitarisme som ideologisk forankring i samfunnsplanlegging. I den kommende diskusjonen vil vi behandle termen identitet mer inngående, og vi vil se nærmere på utvikling av identitet. Men før vi kommer så langt, er det greit med en oppsummering av forskerspørsmål og funn. Oppsummeringen samlet gir svar på den overordnede problemstillingen: *Hva tenker ungdom om aktuelle samfunnsverdier i mediene, og i hvilken grad mener ungdom at mediene bør ansvarliggjøres som verdiformidler, i arbeidet med å kultivere og bygge kultur og samfunn?*

Vi begynner med avsnitt 5.3 som søkte å svare på forskerspørsmål 1: *Mener ungdom at enkelte medier legger press på etablerte samfunnsverdier?*, og sett i lys av respondentenes oppfatninger, kan vi langt på veg konkludere at mange medier, særlig tabloidaviser, realityprogrammer og Youtube, utmerker seg negativt, og langt på veg legger press på etablerte samfunnsverdier, i denne sammenhengen er det de ”myke” samfunnsverdiene som til sammen utgjør en etisk tenke- og handlemåte, som utgjør de etablerte samfunnsverdiene i fokus.

Avsnitt 5.4 ga oss en innføring i medier og utvikling og forsterking av mentale skjemaer og holdningsdannelse, og dette, sett i sammenheng med kommentarer elevene har gitt om ulike medier, gir oss en pekepinn på at det kan være nødvendig å foreta både innholdsanalyser av nevnte medier, i tillegg til å supplere med resepsjonsundersøkelser for å undersøke hvorvidt elevenes bekymring har hold i virkeligheten, eventuelt bekrefte ulike mediers negative implikasjoner for ungdom i oppvekst.

I avsnitt 5.5 ble forskerspørsmål 2 , *Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av de "myke" samfunnsverdiene, altså en etisk tenke- og handlemåte, sett i lys av religiøs tilhørighet og fremtidsoptimisme?*, forsøkt besvart, og funnene viser til at majoriteten av respondentene er positive til mediene som formidlere av en etisk tenke- og handlemåte, uavhengig av religiøs bakgrunn. Vi fant ingen signifikante utslag på spørsmålet om elever med lav fremtidsoptimisme er mer positive til at mediene fremmer en etisk tenke- og handlemåte, elever med høy og lav fremtidsoptimisme viser samme grad av positivitet til at mediene formidler de "myke" verdiene. Videre, som svar på spørsmålet om muslimer har et annet verdsett enn de som fremkommer i variabelen etisk tenke- og handlemåte, så kan vi si at muslimer på tilnærmet lik linje med de andre grupperingene er positive til at mediene fremmer de "myke" verdiene.

I avsnitt 5.5.1 stilte vi forskerspørsmål 3: : *Hva kan vi si om ungdoms holdninger til mediene som verdiformidler av de "myke" samfunnsverdiene, altså en etisk tenke- og handlemåte, sett i lys av religion og religiøsitet / åndelighet?* Svaret på dette er at majoriteten av respondentene uavhengig av religion / ingen religion er positive til spørsmålet som er stilt, som det gikk frem i forskerspørsmål 2. Vi ser også at *majoriteten* av respondentgruppen har lav religiøsitet, noe som kan tyde på at respondenter med lav religiøsitet har behov for verdiformidling, med bakgrunn i at vi tenker oss at lav religiøsitet fordrer lav religiøs deltakelse i miljøer hvor verdier fremmes. Hvis det er hold i en slik innstilling, så er svaret på forskerspørsmål 3 basert på empiri at det er et stort behov for at mediene reflekterer en etisk tenke- og handlemåte.

Avsnitt 5.5.2 tar for seg forskerspørsmål 4: *Kan religiøst savn bidra til svekket fremtidsoptimisme?* Differansen mellom elever som opplever religiøst savn, med lav fremtidsoptimisme og elever som ikke opplever religiøst savn med lav fremtidsoptimisme er på 12,5% , til fordel for elever som opplever religiøst savn. Dette viser at 12,5% flere elever med religiøst savn har lav fremtidsoptimisme sammenliknet med elever uten religiøst savn, noe som kan tyde på at religiøst savn kan bidra til svekket fremtidsoptimisme, selv om forskjellen ikke er signifikant.

Avsnitt 5.5 viser til forskerspørsmål 5: *Hvilke holdninger har ungdom til medienes formidling av "politiske" verdier, sett i lys av religion og optimisme?* Svaret på dette er at både innenfor "kristendom", "islam", "andre religioner" og "ingen religion" er majoriteten av respondentene positive til at mediene fremmer de politiske verdiene det spørres om i undersøkelsen. Sammenliknet med de andre gruppene viser respondentgruppen bestående av

muslimer en noe lavere oppslutning omkring verdiene ”Beskytte homofiles rettigheter” ”61% (positive), ”Fremme likestilling og likeverd mellom mann og kvinne” (79%) og ”Fremme motivasjon til utdanning og arbeid” (76%) mot de andre gruppene. I forhold til verdien som gir størst differanse, ”Beskytte homofiles rettigheter”, så har ”Kristendom” 85% oppslutning, ”Andre religioner” har 83%, og ”Ingen religion” har 86% oppslutning på at mediene fremmer denne verdien.

Avsnitt 5.6 viser til det siste forskerspørsmålet: *Hvilke tanker sitter ungdom igjen med etter å ha reflektert omkring verdier i media?* Majoriteten av elevene sitter igjen med positive tanker i forhold til verdiene artikulert tidligere i undersøkelsen, noe kommentarene klart gir uttrykk for. Til tross for noen negative kommentarer, som var i klart mindretall, viser hovedtyngden av kommentarene til en oppslutning om at flere medier bryter med ”moralske horisonter”, som her defineres som de fellesskapsdannende samfunnsverdiene som utspringer fra Opplæringsloven, og som var gjenstand for refleksjon i undersøkelsen.

6. Diskusjon og avsluttende konklusjon

Avsnittet over gir oss en kort oppsummering av teori, forskerspørsmål og funn. I det kommende vil vi forsøke å samle trådene, og diskutere funn opp mot teori, før vi konkluderer ved å svare på den overordnede problemstillingen. Innledningsvis fikk vi en kort oversikt over utfordringer ved kulturen, først de store linjene bestående av terrorisme utført med utspring i konfliktene vi er vitne til at eksisterer mellom ekstreme muslimske og kristne miljøer, deretter en kort oversikt over ungdomsopptøyer i vestlige samfunn, og avbrutte studieførlop. Vi ble kjent med termen *occidentalism*, som henviser til hvordan vestlig kultur defineres negativt utenfra (Eide 2008), og Hoover poengterer at ulike medieprodukter³⁸ bidrar til å skape den moralske konfrontasjonen som av noen oppfattes at finner sted mellom islam og Vesten. Videre påpeker Hjelm (2006) at konstruksjon av religion som et problem i vestlige medier kan være selve *kilden* til sosiale problemer. Hjarvard (2008) viser til at mediene er underkastet en kommersiell logikk, hvor profitt er det styrende element. Med medialiseringbegrepet forklarer han hvordan medienes inngripen har konsekvenser for kulturens utvikling. Overflatejournalistikk og konfliktfokus er resultatet av dette, og som følge av religionsdebatten foretas det nå årlige meningsmålinger³⁹ hvor det fremgår at nordmenn har utviklet skepsis til islam som religion. Avsnitt 3.8 viser til at vi har et

³⁸ ”Mengden av annen- og tredjerangs filmer og tv-programmer der vold, sex og umoral er billig og tilgjengelig innhold i filmer og tv”.

³⁹ Se avsnitt 5.5.

samfunnsproblem i forhold til stigmatisering av jøder i skolen, samtidig som nyhetsbildet reflekterer en økende kriminalitet i samfunnet. Croteau og Hoynes (2006) stiller spørsmålet om hvilke konsekvenser det har for samfunnet når publikum stadig eksponeres for vold i tv-programmer og filmer, og vi har fått en innføring i hvordan holdninger dannes ut fra etablering av mentale skjema og hvordan disse forsterkes ved gjentatt eksponering av samme type medieinnhold (Waldahl 1999). Verdier i mediene er derfor sentralt i denne sammenhengen, og ungdom har ved å svare på undersøkelsen skaffet til veie empiri som bygger opp under teori nevnt over. Det er nesten overveldende hvordan respondentene kommenterer ulikt medieinnhold som nedbrytende for moralske horisonter. Dette underbygger Ottosens (2008) konstatering om at vi i dag ser en endring i moralsk bevissthet i samfunnet, med negative implikasjoner. Moralske diskusjoner har fått et normativt preg over seg, uttrykket ”en moralsk pekefinger” kan hentyde til dette, og Taylor (2008) peker på at moderne moralfilosofi har gitt et noe trangsynt fokus på moral som noe som er *riktig* å gjøre, fremfor *hva som er godt å være*, med fokus på det *indre ønsket om å være god*. At majoriteten av respondentene slutter seg opp positivt til samfunnsverdiene nevnt i undersøkelsen, samtidig som de uttrykker bekymring over medieinnhold som bryter ned en etisk tenke- og handlemåte, indikerer at elevene *har* moralsk bevissthet, og slik kan vi tolke at de har kontakt med sin ”indre stemme” (Taylor 2008), uavhengig om de har religiøs tilhørighet eller ikke. Ut fra dette kan vi si at denne undersøkelsen viser at verdiene i Opplæringsloven et godt stykke på veg innehar den fellesskapsdannende effekten på tvers av ulike religiøse og kulturelle bakgrunner. Ikke alle respondentene er positive i sine kommentarer om verdiene i mediene som det går frem av avsnitt 5.6. Noen av de ”negative” kommentarene kan tyde på en viss negativitet mot verdiene som nevnes i undersøkelsen. I følge Taylor (2008) er det viktig å være i kontakt med sin ”indre stemme” - sine moralske følelser - som et middel til å handle rett, som en premissleverandør for at vi skal oppnå å være ekte og fullverdige mennesker. Hva som ligger til grunn for en slik negativitet mot samfunnsverdier som nevnt i undersøkelsen, er vanskelig å svare på. Men tenker vi oss en syntese av elevkommentarene som viser til medieprodukter som bryter ned en etisk tenke- og handlemåte, og ser for oss individer som til stadighet eksponeres for dette, via den type filmer og tv-programmer det snakkes om i kommentarene, i tillegg til at individene bruker mye tid på voldelige dataspill, (som vi nå vet skaper aggressivitet og mangel på empati⁴⁰), så ser vi for oss hvilken type mentale skjema

⁴⁰ I forhold til dataspill kan man med bakgrunn i at forskning viser til skadelige effekter, vise til Grunnlovens paragraf 100, Ytringsfrihet: Forhaandscensur og andre forebyggende Forholdsregler kunne ikke benyttes, medmindre det er nødvendigt for at beskytte Børn og Unge imod skadelig Paavirkning fra levende Billeder. Brevcensur kan ei sættes i Værk uden i Anstalter (Lovdata).

(Waldahl 1999) som dannes og forsterkes, og hvilke holdninger vedkommende utvikler. Hvilken ”motmakt” kan bekjempe en slik negativ utvikling? Av tabell 6 (avsnitt 5.5) går det frem at 17% av respondentene har lav grad av positivitet til at mediene fremmer en etisk tenke og handlemåte. Hva som ligger til grunn for dette, kan vanskelig besvares ut fra empiri denne undersøkelsen fremlegger. Men når vi snakker om verdier og holdninger, er identitet et nøkkelord.

Mainsah (2009) siterer Stuart Hall (1990), og forklarer at identitet kan forstås ut fra to ulike modeller. Den første modellen definerer ”kulturell identitet” som en felles kultur, en slags kollektiv ”være tro mot seg selv”-tankegang, hvor alle de andre, mer overflatiske ”selvene” innenfor det store fellesskapet overlates til det private rom for hvert enkelt individ. Dette reflekterer den *kulturelle* identiteten, som binder individene sammen med basis i felles historie og kulturelle koder som gir en følelse av ”ett folk”, med stabile, uforanderlige og vedvarende referanserammer og mening, uavhengig av de skiftende omstendighetene i vår egentlige historie (Mainsah 2009:14, min oversettelse). Ifølge Mainsah dominerer denne form for kulturell identitet diskursen om etniske minoriteter. Den andre modellen å betrakte kulturell identitet på, er ved å se til de dype og signifikante forskjellene som avgjør ”hvem vi virkelig er”, eller ”hva vi faktisk har blitt”, til tross for de mange likheter innenfor den kulturen vi tilhører (Mainsah 2009:15, min oversettelse). Denne modellen forklarer kulturell identitet like mye som noe man *blir* som noe man *er*. ”Den tilhører fremtiden, like mye som fortiden” (ibid. 15).

Hjarvard (2008) beskriver hvordan medier muliggjør og endrer hvordan mennesker oppnår normativ orientering, og på hvilken måte de inngår i sosiale relasjoner. ”Et bærende argument er, at medialiseringen (se kapittel 3.6) bidrar til å fremme en *bløt individualisme*, som er avhengig av *svake sosiale bånd* (Hjarvard 2008:258, min oversettelse). Hjarvard peker på at den generelle sosiale karakter ikke er preget av kollektive bånd som nevnt over. ”I stedet fremmes en paradoksal dobbelthet av individualisme og sterk sensibilitet for omverdenen samtidig som at sterke sosiale bånd til familie, skole og arbeid får økt konkurranse fra en rekke svakere sosiale bånd formidlet gjennom medienes nettverk. Et menneskes sosiale karakter, dets habitus, preges herved av medienes inngripen” (Hjarvard 2008:258, min oversettelse).

Mainsah forklarer at denne måten å betrakte identitet på viser at utviklingen av identitet er fragmentert og i konstant bevegelse, omskiftelig og at den endrer seg i takt med historie, kultur og makt. Videre poengterer han at identitet er konstruert via forskjeller, altså i relasjon med andre – som man definerer seg *vekk fra*, og slik får man en positiv oppfatning om hvem en selv er (ibid. 15). I avsnitt 3.6 ble vi presentert for mediering av religion der det ble poengtert at en stor andel nordmenn viser avstand til islam. Taylor (2008) vektlegger refleksivitet fra andre når vi definerer og konstruerer vår identitet: ”Vi definerer alltid denne i dialog med, noen ganger i konflikt med, den identiteten signifikante andre ønsker å anerkjenne i oss” (Taylor 2008:46). Den refleksivitet mediene under religionsdebatten har bidratt med overfor muslimer har preg over seg til å være en negativ refleks fra storsamfunnet. At man definerer sin identitet basert på avstandtagen fra samfunnets normer og verdier, vil i tråd med teori om identitetsutvikling og refleksivitet kunne forklares. Holder dette stikk, er dette et eksempel på uheldig mediering med negative konsekvenser, både for dem det direkte gjelder, og for de implikasjoner dette medfører for samfunnet på sikt, og som vi har vært vitne til.

Som Hall, (via Mainsah 2009), vektlegger Taylor den kulturelle bakgrunnen, i det han sier at vi definerer vår identitet ut fra *hvor* vi kommer fra, som *hvem* vi er. Hvor vi kommer fra er nært sammenbundet med hvilken familiebakgrunn man har, hvilket miljø man ferdes i, og hvem som anses for å være signifikante andre. Ifølge studier gjort av Heggen og Øia (2007), er ungdoms selvoppfatning i nær tilknytning med familiebakgrunn og relasjon til skolen. ”Når ungdoms sjølbilde har så klar sammenheng med de to mest grunnleggende arenaene i barn og ungdoms liv – familie og skole – signaliserer det at danning av sjølbilde og identitet har med langsiktige oppveksterfaringer å gjøre. I tilfeller der relasjonene til foreldre og skole er preget av mistillit, konflikt og defensiv tilbaketrekning, rammer det unge menneskers sjøltillit og identitet. Det gir et dårlig grunnlag for å mestre overgangen fra å være ung til å bli voksen” (Heggen og Øia 2007:199). Som Taylor vektlegger også Heggen og Øia (2007:198-199) refleksivitet som avgjørende for hvilken identitet man utvikler, og særlig den tilbakemelding man opplever av sin egen familie, i tillegg hvor godt man er tilpasset skolen. Heggen og Øia bygger på Giddens (1991) og vektlegger *mestring* som en svært viktig faktor i dannelsen av selvbilde og identitet (Heggen og Øia (2007:20-21).

Til grunn for mestring ligger *motivasjon*, som er utgangspunktet for den innsats man iletter de prosjektene man setter seg fore. Med utgangspunkt i teori om kollektiv og

individuell identitet over, så avhenger utvikling av identitet dels av den påvirkning man utsettes for innenfor den kulturen man tilhører, og dels ut fra den påvirkning man får fra mediene man er brukere av. Med utgangspunkt i at identitet til en viss grad baserer seg på refleksivitet, og videre med utgangspunkt i at mediene har den påvirkning på kultur og samfunn som teori viser til, så ser vi at mediene sitter inne med stor potensial til å legge føringer for utvikling av hvilke identiteter som dannes, og slik hvordan kulturen utvikler seg. Dette kan ifølge teori, og som behandlet i oppgaven medføre negative føringer. Heggen og Øia stiller spørsmålet om i hvilken grad ungdommen selv har regien i utviklingen av identitet, dannelse og kultur: "Ungdom er i stigende grad konsumenter med egne valg og preferanser. Spørsmålet er likevel hvor stort det frirommet ungdom besitter er. Mektige kommersielle interesser tilbyr identifikasjonsobjekter og rolleforbilder" (Heggen og Øia 2007:14). Som det fremgår av elevkommentarene er det langt fra bare positive rollefigurer ungdom utsettes for via medier. Vi nevner igjen et eksempel sagt om tv-programmer og filmer: "Det er mange tv-programmer og filmer som "svekker" disse reglene, og som manipulerer tankegangen vår til å tenke at mobbing, baksnakking, diskriminering og det å være slem er OK og normalt." Hvilken kultur som utvikler seg i ungdomsmiljøer avhenger altså til en viss grad av hvilke medieprodukter ungdom eksponeres for. Et sitat i rapporten *Det kan skje igjen* fra Kunnskapsdepartementet⁴¹ er etter den tyske filosofen Theodor Adorno (1903-1969), der han i radioforedraget *Oppdragelse etter Auschwitz* sier at "enhver debatt om undervisnings idealer er triviell, sammenliknet med dette ene: *Aldri mer Auschwitz!*" "Undervisning og oppdragelse burde etter Auschwitz dreie seg om to områder, sier Adorno: Kunnskap om Holocaust – og oppdragelse til medfølelse og selvstendighet" (Eidsvåg et al. 2011:5). Han peker på oppdragelse til medfølelse og selvstendighet. I dette ligger at disse karaktertrekkene må *læres*. Hvilke karaktertrekk man utvikler har nær tilknytning til hvilken identitet man utvikler, som igjen baserer seg på hvordan oppfatter seg selv. Bekreftelse av vår identitet krever anerkjennelse av andre (Taylor 2008:57). "Vi forventes i stor grad å utvikle våre egne oppfatninger, synsmåter, standpunkter til ting, gjennom refleksjon i ensomhet. Men det er ikke slik det fungerer i viktige spørsmål som det å definere vår identitet. Videre vektlegger Taylor *språket* vi uttrykker oss i, som avgjørende for *hvilken* identitet vi utvikler. Den terminologi som råder i kulturen vi beveger oss i, og i samfunnet generelt, vårt "moraliske rom" - er altså ifølge Taylor avgjørende for hvilke verktøy vi bruker for å forstå oss selv, når vi utvikler og forhandler oss fram til vår identitet. I avsnitt 5.3 ble det konkludert med at

⁴¹ Se avsnitt 3.6 *Stigmatiserte grupper*

mediene legger press på en etisk tenke- og handlemåte, og dermed kan vi si at dette har negative implikasjoner for ”selvets moralske rom”, som består av de verdiene vi har til rådighet når vi utvikler vår identitet. I avsnitt 5.6 leste vi om at uheldig bruk av ytringsfrihet har medført stigmatisering av grupper i tillegg til at ytringsfrihet legger til rette for en relativisme hvor man kan produsere medieprodukter som man selv ønsker, uten tanke på hvilke konsekvenser dette kan tenkes å medføre. I avsnitt 3.10 ble vi presentert for Ignatieffs tanker (via Plaisance 2002) om at absolutt frihet ikke er veien å gå for å oppnå menneskelig godhet, men at menneskelig godhet heller oppnås via et sett av valg over alternativer av hva mennesker *trenger*, hvilke *behov* de har, for å bringe fram menneskelighet, ikke hva de trenger for å være glade og lykkelige (Plaisance 2002:209, min oversettelse). ”Hva vi trenger, sier Ignatieff (1997:105), er et langvarig uspektakulært engasjement i å gjenoppbygge samfunnet, og media spiller en viktig rolle i denne sammenhengen” (Plaisance 2002:211). Plaisance viser videre til at teorien om menneskelige behov i den moderne æra, fordrer nå journalister med moralsk ryggrad som gjør noe annet enn å skape avstand til ”fremmede”, de må gjøre mer enn å gjøre oss til passive kikkere til andres lidelse” (ibid.211). For å underbygge kritikken i dette, kan vi ta med flg. elevkommentar der elevene skulle spesifisere hva de tenkte på vedr. medier som svekker en etisk tenke- og handlemåte: ”Tabloide aviser: Vrir på sannheter og er kun ute etter å kritisere skandaler/ gale ting og belyse folket om andres tragedier”. Leirvik (2001:99) viser til oppblomstringen av bevegelser som er basert på etnisitet og religion, og de særegne identitetene som ofte slår seg fram på bekostning av det større fellesskapet. Han viser til en *forsonet sameksistens*, og en *fellesskapsetikk* som kjennes forpliktende på tvers av religiøse skillelinjer. Leirvik viser til Hans Küng, når han oppfordrer til religionsdialog med basis i de etiske fellesmenneskelige spørsmålene som alle religioner står overfor. I denne sammenhengen viser han til en *åndelig fornyelse* for å løse de store krisene vi står overfor: ”Eit skifte i menneskets si indre orientering, - ”i menneska sine hjerte” – er nødvendig dersom vi skal vinne ei felles framtid” (Leirvik 2001:100). Her er det snakk om å formulere en etikk som kan ”opplevast som bindande for ”alle kvinner og menn av god vilje” (ibid.2001:100). Leirvik viser i denne forbindelse til ”Den gylne regel”, som et felles etisk utgangspunkt og moralsk forpliktelse, og at denne regelen forutsetter at vi har evne til å leve oss inn i et annet menneskets livssituasjon (evne til empati), og at vi er i stand til å ha medfølelse med den Andre (evne til sympati). I avsnitt 2.4 leste vi om Autensitetsidealet og en ekspressiv språkteori, hvor idealet om ektehet og gode verdier artikuleres tydelig og ofte for slik å skape moralske erfaringshorisonter som et normativt rammeverk i utviklingen av

identitet (Taylor 2008). Dette kan være en vei å gå for å gjenoppbygge våre samfunn (Ignatieff via Plaisance 2002, Taylor 2008). Dette kan også være et svar på spørsmålet stilt lenger opp i dette avsnittet, om hva som kan fungere som ”motmakt” mot medieprodukter som bryter ned gode samfunnsverdier. Diskusjonen om det gode liv, om hva som er formålet med våre samfunn (Taylor 2008), bør komme på dagsorden, som et ledd i en identitetspolitikk hvor man bekjemper ekstremisme og kriminalitet i arbeidet for å legge til rette for positive identiteter og gode samfunnsborgere. Se vedlegg 8, avsnitt 9.1.8 for en modell som oppsummerer tankene over. Slik vil mediene kunne gjøre sitt for å gjenopprette noe de ifølge teori nevnt i utgangspunktet la grunnlaget for. I tråd med kommunitaristiske strømninger, vil man på den måten ha definerte samfunnsverdier å forholde seg til, og som individet forplikter seg til, og som skaper et fellesskap hvor de samme verdiene gjelder, som grunnlag for refleksivitet og dermed utvikling av positive identiteter.⁴² Total verdirelativisme og – liberalisme samt uheldig bruk av ytringsfrihet må derfor vike for fokuset på menneskenes behov og hva som ligger til grunn for det gode liv. Et eventuelt fremtidig og *aktivt* medieombud basert på prinsippene i Vær Varsomhetsplakaten og Redaktørplakaten kan på denne måten legitimeres, hvorpå også medieaktører utøver etisk ansvarlighet og forplikter seg til på forhånd definerte verdier som har en samfunnsoppbyggende effekt, samtidig som de ivaretar sin rolle som samfunnets voktere for å forhindre maktmisbruk og urettferdighet, samt å frembringe sannheten og legge til rette for et demokrati som baserer seg på innholdet i politisk debatt, og ikke på utenforliggende ting og tilfeldige tolkninger og holdninger til ulike mediekommentatorer. En start kan være å ta utgangspunkt i verdiene fremmet av Bostadutvalget, og som i dag fungerer som motmakt mot kommersielle medier og rammeverk for verdiformidling i skolen. Dette er i tråd med Taylors ekspressive språkteori, hvor man artikulere viktige verdier tydelig og ofte, slik at de internaliseres og blir gjeldende størrelser. Og slik vil man på tvers av kulturer kunne skape en felles erfaringshorisont hvor ulike kulturer møtes i konstruktiv debatt om felles verdier og det gode liv. En etisk tenke- og handlemåte som gjennomsyrrer ulike kulturer må ligge til grunn for et slikt mediefokus. Det betyr at den instrumentelle fornuft og medienes kommersielle fokus med stadige forventninger til økonomisk vekst må vike for en public service modell hvor fokus ligger på hva som er det beste for kultur og samfunn, og hvor ulike kulturer enes og samles om et felles verdsett som forener, til tross for at man tilhører ulike kulturer. Det handler til syvende og sist om hva det vil si å være et menneske.

⁴² Se vedlegg 8, avsnitt 9.1.8 for en modell som oppsummerer tankene over.

8. Litteratur

- Anderson, C. Og Jones, S. Sist oppdatert 01.03.10, *ISU study proves conclusively that violent video game play makes more aggressive kids*, [online], Iowa State University. Tilgjengelig fra: <<http://www.news.iastate.edu/news/2010/mar/vvgeffects>>[29.11.11]
- Bin Laden, O. 2001, "Troens vinder", i Morgenbladet 09.09.11, 4. bilag. Teksten er hentet fra *Budskap til verden. Osama Bin Ladens brev og taler. Gjengitt i Morgenbladet med tillatelse fra L. S. P. Forlaget.*
- Bostad, I. 2008, "Synlige verdier og usynlig dobbeltmoral", i Leirvik, O. Og Røthing, Å. (red.), *Verdier*, Universitetsforlaget, Oslo, s. 139-159.
- Bohlinger, B. 2009, *Ethical issues in Sosial Research Projects*, [online], Slideshare. Tilgjengelig fra: <<http://www.slideshare.net/BrittaBohlinger/ethical-issues-in-social-research-projects-2092311>>[29.11.11]
- Botvar, P. K. og Urstad S. S. Sist oppdatert august 2011, *Tilstandsrapport for Den norske kirke*, [online] KIFO Stiftelsen Norsk kirkeforskning 2010. Tilgjengelig fra: <<http://www.kifo.no/index.cfm?id=326343>>[06.11.11]
- Bushman, B. J. og Anderson C. A. Sist oppdatert 15.09.11, *Effects of Violent Video Games on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Physiological Arousal, and Prosocial Behavior: A Meta-Analytic Review of the Scientific Literature*, [online] SAGE journals. Tilgjengelig fra <<http://pss.sagepub.com/content/12/5/353.abstract>>[11.10.11]
- Byguglien, H. H., og Johansen, J.-P. Sist oppdatert 17.08.11, *Religion i en tung tid*, [online] Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/mening/kronikker/article4200897.ece>> [06.10.11]
- Clark, L. S. & Hoover S. M., 1997, "At the Intersection of Media, Culture, and Religion: A Bibliographic Essay", i Hoover, S. M. & K. Lundby, (red.), *Rethinking Media, Religion, and Culture*, Thousand Oaks, Sage, 15-36.
- Croteau, D. og Hoynes W. 2006, *The Business of Media, Corporate Media and the Public Interest*, Pine Forge Press, an imprint of Sage Publications, Inc. Thousands Oaks.
- Daugstad, G. og Østby L. Sist oppdatert 28.04.11, *Det flerkulturelle Norge – Et mangfold av tro og livssyn*, [online], Statistisk Sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <<http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200903/03/index.html>>[03.11.11]
- Dyb, H. Sist oppdatert 27.04.11, *Større trivsel blant ungdomsskoleelever*, [online], NOVA. Tilgjengelig fra: <<http://www.ungdata.no/id/23934.0>>[17.12.11]
- Eide, E., Kunelius R. og Phillips A. 2008: *Transnational Media Events, The Mohammad Cartoons and the Imagined Clash of Civilizations*, Nordicom, Göteborg.
- Eidsvåg, I., Natvig Andreassen, S. M., Brekke A., Hovde Bråten O. M., Johansen A., Kallestad P. O., Kobilica S., Leirvig O., Partapuoli K. H., Savosnick C., og Øvrum B. E., 2011, *Det kan skje igjen: Rapport fra Kunnskapsdepartementets arbeidsgruppe om antisemittisme og rasisme i skolen*, [online] 19.01.11, regjeringen.no. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/dok/rapporter_planer/rapporter/2011/det-kan-skje-igjen.html?id=631031> [06.10.11]
- Fredheim, E. 2011, *En ondskapens akse*, Morgenbladet, 10 bilag, 09.09.11, oversatt Bush´tale om Rikets tilstand (State of the Union) i Kongressen 29. Januar 2002.
- Frølandshagen, A-L. Sist oppdatert 20.09.09, *Hærverk mot familie – skrev svarting på veggen*. Fredrikstad blad, [online] Tilgjengelig fra: <<http://fb.no/article/20090930/NYHET/775930290>> [27.10.11]
- Gabrielsen M. og Reinertsen M. Sist oppdatert 04.11.05, *Forsteder i flammer*, [online] Morgenbladet. Tilgjengelig fra:

- <<http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051104/OAKTUEL002/111040027&template=printart>> [06.10.11]
- Gossner, E. L. 2008. Sist oppdatert 08.02.08, *Velutdannet fremmedfrykt*, [online] Morgenbladet. Tilgjengelig fra: <<http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=2008988925982&NL=1>> [17.10.11]
- Gjestad, F. C. og Kemp, I. H. NTB. Sist oppdatert 10.08.11, *Verste volden på 30 år i Manchester*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article4195828.ece>> [06.10.11]
- Ghozlan, B. 2008, "Verdien av ytringsfrihet – sett med norske og muslimske øyne", i Leirvik, O. Og Røthing, Å. (red.), *Verdier*, Universitetsforlaget, Oslo, s. 89-101.
- Haakaas, W. Sist oppdatert 24.10.11, *Slått ned med flaske i bakhodet*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Sltt-ned-med-flaske-i-bakhodet-6677511.html> [24.10.11]
- Haraldsen, I. Sist oppdatert 01.02.09, *For lite forskning på barnelitteratur*, [online], Forskning.no. Tilgjengelig fra: <http://www.forskning.no/artikler/2009/januar/208908> [02.11.11]
- Haugen, I. A. Sist oppdatert 01.05.10, *Barneskuespiller forsvarer voldelig video*, [online], VG. Tilgjengelig fra: <<http://www.vg.no/musikk/artikkel.php?artid=10004887>> [04.11.11]
- Heggen, K. Og Øia, T. 2007, *Ungdom i endring – Mestring og marginalisering*, Abstrakt forlag, Oslo.
- Hegvik, G. K., Johnsen, N., Haugsbø F. og Brustad L. Sist oppdatert 16.01.11, *Nektes jobb med utenlands navn*, [online], VG. Tilgjengelig fra: <<http://www.vg.no/nyheter/innenriks/artikkel.php?artid=10002195>> [05.11.11]
- Henriksen, A. Sist oppdatert 18.10.11, *NRK lager medieoffer-TV*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/kultur/NRK-lager-medieofferndashTV-6284614.html>> [04.12.11]
- Henriksen, Ø. Sist oppdatert 30.08.11, *Selger reklame for 56. mill hver dag*, [online], E24! MEDIA. Tilgjengelig fra: <<http://e24.no/media/markedsfoering/selger-reklame-for-56-millioner-kroner-hver-dag/20094249>> [13.10.11]
- Hjarvard, S. 2006, *En verden af medier: Medialisering af politikk, sprog, religion og leg*, Samfunnslitteratur, Fredriksberg.
- Hjarvard, S. 2006, "Religion og politik i mediernas offentlighed", i Christoffersen, L. (red.), *Gudebilleder: Ytringsfrihet og religion i en globaliseret verden*, Tiderne Skifter, 44-71, København.
- Hjelm, T. 2006 i "News of the unholy", i Lundby K., R. Salokangas og J. Sumiala-Seppänen (red.), *Implications of the Sacred in (Post) Modern Media*, Nordicom, Göteborg.
- Holm, P. A. Sist oppdatert 20.01.12, *Videoen var ment som en meningsytring*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <[http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/-Videoen-var-ment-som-en-meningsytring-6745821.html#TxvqPERw2jE](http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/-Videoen-var-ment-som-en-meningsytring-6745821.html#.TxvqPERw2jE)> [21.01.12]
- Hoover, S. M. 2006, *RELIGION in the Media Age*, Routhledge, London.
- Hoover, S. M. 2008, *Media and Religion: A White Paper from the Center for Media, Religion, and Culture*, The University of Colorado at Boulder, USA.
- Hunt, S. 2005, *Religion and everyday life*, Routledge, New York.
- Hylland Eriksen, T. Sist oppdatert 1993. *Fleretniske paradokser. En kritisk analyse av "multikulturalismen"*, [online] Tilgjengelig fra: <http://folk.uio.no/geirthe/Fleretniske.html> [27.10.11]
- Ignatieff, M. 1984, *The Needs of strangers: An Essay on Privacy, Solidarity and the Politics of Being Human*. Penguin, New York.
- Jonassen, A. M. Sist oppdatert 24.10.11, *Offer nummer 48*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/oslo/Offer-nummer-48-6677517.html>> [14.10.11]

- Jordheim, T. W. Sist oppdatert 13.12.10, *250000 Nordmenn i frikirker*, [online], Vårt Land. Tilgjengelig fra <<http://www.vl.no/kristenliv/article106783.zrm>>[13.10.11]
- Kalning, K. Sist oppdatert 12.08.06, *Does game violence make teens aggressive?* [online], MSNBC. Tilgjengelig fra: <http://www.msnbc.msn.com/id/16099971/ns/technology_and_science-games/t/does-game-violence-make-teens-aggressive/> [24.11.11]
- Khan-Østrem, N. 2008, "Kampen om islams hjerte: kulturradikale refleksjoner", i Leirvik, O. og Røthing, Å. (red.), *Verdier*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Kjeøy N. Sist oppdatert 02.07.09, *Fanger opp ungdom i en tung tid*, [online] Trønderavisa. Tilgjengelig fra: <<http://www.t-a.no/nyheter/article81454.ece>> [06.10.11]
- Kloster, S. T. og Lindseth G. Sist oppdatert 27.02.09, *Kirkens politiske røst*, [online] Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article2997897.ece>>[13.10.11]
- Kornmo, T. S. og Taraku S. Sist oppdatert 05.08.11, *Åpen diskusjon om innvandring / Felleskamp mot frykt*, [online] LIM – Likestilling, Integrering, Mangfold. Tilgjengelig fra: <<http://www.limnett.no/?p=archive&cid=2>>[01.11.11]
- Kuenssbergsist, L. Sist oppdatert 05.02.11, *State multiculturalism has failed, says David Cameron*, [online] BBC NEWS, UK POLITICS. Tilgjengelig fra: <<http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-12371994>> [06.10.11]
- Kvale, S. og Brinkmann, S. 2009, *"Det kvalitative forskningsintervju"*, Gyldendal Akademiske, Oslo.
- Kvilesjø, S. O. og Drageland, L. L. 2011. Sist oppdatert 16.10.11, *26 drap i Norge hittil i år*, [online] Aftenposten. Tilgjengelig fra <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/26-drap-i-Norge-hittil-i-r-6675022.html>>[24.10.11]
- Kvåle Iversen, R. Sist oppdatert 11.03.11, *Det eneste som teller er å skrive for hverandre*, [online] UiO - Institutt for medier og kommunikasjon. Tilgjengelig fra <<http://www.hf.uio.no/imk/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2010/helge.html>>[15.10.11]
- Kraft, S. E. 2011, *hva er NYRELIGIØSITET?*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Lovdata 2004. Sist oppdatert 29.10.04, *Kunngjøring av Grunnlovsbestemmelse om endring av Grunnloven § 100*. [online] Lovdata. Tilgjengelig fra: <http://www.lovdata.no/cgi-wift/wiftldles?doc=/app/gratis/www/docroot/ltavd1/filer/sf-20041029-1402.html&emne=ytringsfrih*&>[15.10.11]
- Leirvik, 2001, *Religionsdialog på norsk*, Pax forlag A/S, Oslo.
- Lundby, K. [1997] 2006, "Contested Communication: Mediating the Sacred", i Lundby K., R. Salokangas og J. Sumiala-Seppänen (red.), *Implications of the Sacred in (Post) Modern Media*, Nordicom, Göteborg.
- Mainsah, H. 2009, *Ethnic Minorities and Digital Technologies, New Spaces for Constructing Identity*, (doktoravhandling), Universitetet i Oslo, Oslo.
- Mathisen, E. B. og Gresseth, A. Sist oppdatert 25.08.11, *Sa unnskyld til naboer på grillfest*, [online] NRK. Tilgjengelig fra: http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.7764655 [04.11.11]
- Morgenbladet, – Leder 2011. Sist oppdatert 18.11.11, *Vold og ord*, [online] Morgenbladet. Tilgjengelig fra: <<http://www.morgenbladet.no/article/20111118/OLEDER/111119950/-1/LEDERZ>>[19.11.11]
- Norsk Redaktørforening, *Vær Varsom-plakaten*, [online] Norsk Redaktørforening. Tilgjengelig fra: <<http://www.nored.no/Etikk/Vaer-Varsom-plakaten>> [06.10.11]
- NOU 1999: 27, «Ytringsfrihed bør finde Sted», [online] Justis- og Beredskapsdepartementet. Tilgjengelig fra: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/jd/dok/nouer/1999/nou-1999-27/3.html?id=142122>>[17.08.11]

- NOU 2001: 6: *Oppvekst med prislapp? Om kommersialisering og kjøpepress mot barn og unge*, [online] Barne- og familiedepartementet. Tilgjengelig fra: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/nouer/2001/nou-2001-6.html?showdetailedtableofcontents=true&id=117575>> [14.09.11]
- NTB Sist oppdatert 07.12.10, *Muslimere vil ha hijabforbud*, [online] Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article3937483.ece>> [06.10.11]
- Ottosen, E. 2008, "Jeg angreir ingenting", i Leirvik, O. og Røthing Å. (red.) *Verdier*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Ottosen, R. 2004, *I journalistikkens grenseland, journalistrollen mellom marked og idealer*, Ij-forlaget AS, Kristiansand S.
- Plaisance, P. L. 2002, *The journalist as a moral witness: Michael Ignatieff's pluralistic philosophy for a global media culture*, [online], SAGE, Tilgjengelig fra: <<http://jou.sagepub.com/content/3/2/205>> [11.10.11]
- PTC- Parents Television Council. Sist oppdatert 10.06.02, *Harsh Reality: Unscripted TV Reality Shows Offensive to Families*, [online], Tilgjengelig fra: <<http://www.parentstv.org/ptc/publications/reports/realitytv/main.asp>> [11.10.11]
- Raja, Abid Q. Sist oppdatert 15.01.09, *Noe godt kan komme ut av opptøyene*, Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/mening/signert/article2865028.ece>> [11.10.11]
- Risholm, T. Sist oppdatert 09.08.11, *Mange ungdomsopptøyer startet etter politiaksjoner*, [online], aftenbladet.no, tilgjengelig fra: <<http://www.aftenbladet.no/utenriks/-Mange-ungdomsoppr-startet-etter-politi-aksjoner-2847623.html>> [06.10.11]
- Reinertsen, M., Gabrielsen M. Sist oppdatert 04.11.05, *Forsteder i flammer*, [online], Morgenbladet. Tilgjengelig fra: <<http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051104/OAKTUEL002/111040027&template=printart>> [06.10.11]
- Repstad, P. 2000, *Religiøst liv i det moderne Norge*, Høyskoleforlaget, Nordic Academic Press, Kristiansand.
- Rolland, A., 2011, *Statistikk om religion, tro og livssyn - en behovsanalyse*, [online], Statistisk sentralbyrå. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/emner/07/02/10/notat_201107/> [14.10.11]
- Roppen, J. 2004, *Medieindustrien, innføring i medieøkonomi*, Det Norske Samlaget, Oslo.
- Sandmo, E. Sist oppdatert 09.12.10, *Frafallet koster 5 milliarder*, [online], NRK. Tilgjengelig fra: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.7418017> [06.10.11]
- Sandrup, T. 2008, *Jeg, et familiemenneske*, i *Verdier*. Oddbjørn Leirvik og Åse Røthing (red.). Universitetsforlaget, Oslo.
- Sandvik, S. og Liestøl, A. K. Sist oppdatert 26.10.11, *En av fire nordmenn ser på islam som en trussel*, [online], NRK. Tilgjengelig fra: <<http://www.nrk.no/nyheter/norge/1.7847186>> [26.10.11]
- Said, E. 2001, 09.09.11, *Huntingstons Sivilisasjonskamp*, gjengitt i Morgenbladet 2011, 8 bilag til Morgenbladet.
- Skjelvik, M.-B. Sist oppdatert 07.02.11, *Generasjon Q – for quit*, [online], forskning.no. Tilgjengelig fra: <<http://www.forskning.no/artikler/2011/oktober/300859>> [05.11.11]
- Solbu, E. L. Sist oppdatert 06.01.11, *Viser bombeoppskrift i beste sendetid*, [online], NRK. Tilgjengelig fra: <<http://www.nrk.no/vitenskap-og-teknologi/1.7450619>> [04.11.11]
- Statistisk Sentralbyrå (2011), Tabell 10 *Fullførte utdanninger i videregående opplæring og annen videregående utdanning, etter kjønn og resultat – 2010/11*. Foreløpige tall. [online] Tilgjengelig fra: <<http://www.ssb.no/emner/04/02/30/vgu/tab-2011-12-14-10.html>> [08.10.11]
- Staveland, J. I., H. O. Torgersen, og E. Sørli. Sist oppdatert 28.09.11, *Terrorangrepene 22. juli*, [online] Aftenposten, Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/22juli/article4218726.ece>> [06.10.11]

- Stenstrup, B. 2005. Sist oppdatert 27.02.05, *Medier har overtaget det åndelige fællesskab*, [online] Berlingske. Tilgjengelig fra: <<http://www.b.dk/danmark/medier-har-overtaget-det-aandelige-faellesskab>>[10.10.11]
- Stokke, O. Sist oppdatert 29.10.10, *Homofil imam åpner skapet*, [online] Aftenposten, Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article3879074.ece>>[10.10.11]
- Syvertsen, T. 1997. *Den store TV-krigen, Norsk allmenfjernsyn 1988-1996*, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS, Bergen-Sandviken.
- Tordsdatter Hauge, M., H. O. Torgersen, og Gjestad, F.C. Sist oppdatert 10.01.09, *Politiet gikk til aksjon mot demonstrantene*, [online] Aftenposten, Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article2859446.ece>>[10.10.11]
- Taylor, C. 1989, *Sources of the Self, The Making of the Modern Identity*, Harvard University Press, Cambridge.
- Taylor, C. 2008, *Autentisitetens etikk, (originalens tittel: The Malaise of Modernity)*, Cappelen Akademisk Forlag as, Oslo.
- The official site of the British Prime Minister's Office. Sist oppdatert 05.02.11 H. M. Government [online] Tilgjengelig fra: <<http://www.number10.gov.uk/news/pms-speech-at-munich-security-conference/>>[13.10.11]
- Tyvand, K. 2007. Sist oppdatert 20.03.07, *Redaktørplakaten*, [online] Fagpressen. Tilgjengelig fra <<http://fagpressen.no/id/1930.1>>[13.10.11]
- Vaagen, H., Gran A.-B., Reite E., Rusten O., Bell T, Bergsmark H., Banken R. E. og Dischler R., sist oppdatert 15.04.11, *Kartlegging av kunnskaper og holdninger på området rasisme og antisemittisme*, [online], Utdanningsetaten. Tilgjengelig fra: <<http://www.utdanningsetaten.oslo.kommune.no/article195717-9991.html>> [06.10.11]
- Vogt K. 2007, *hva er ISLAM*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Værvågen, T. B. Sist oppdatert 12.10.11, - *Det flerkulturelle samfunnet har feilet*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article4020094.ece>> [06.10.11]
- Waldahl R. 1999, *Mediepåvirkning*, Ad Notam Gyldendal, Oslo.
- Winger, A. Sist oppdatert 21.08.11, *Gråtkvalt Harald og sorgtung Aksel mintes de døde*, [online], Nettavisen. Tilgjengelig fra: <<http://www.nettavisen.no/nyheter/article3213059.ece>> [06.11.11]
- Øia, T. 2011, Ungdomsskoleelever, *Motivasjon mestrings og resultater*, NOVA Rapport 9/11 [online], NOVA – Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring, Tilgjengelig fra: <http://www.nova.no/id/23885.0> [21.11.11]
- Åmås, K. O. Sist oppdatert 27.05.09, *En frihet under press*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/meninger/kommentatorer/aamaas/article3093210.ece>> [17.10.11]
- Aasheim, A. Sist oppdatert 04.11.11, - *Det er umulig å få slettet mobbing som ligger på nett*, [online], Aftenposten. Tilgjengelig fra: <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/--Det-er-umulig--f-slettet-mobbing-som-ligger-p-nett-6688342.html>>[06.11.11]

9. Vedlegg

9.1 Inndeling av vedlegg

Jeg har valgt å gjøre vedleggene om til ”egne kapitler” for å lette oversikten, og for at man lett skal kunne finne dem ved å se i innholdsfortegnelsen, i stedet for å lete i teksten.

9.1.1 Vedlegg 1: Uavhengige variabler, variabelverdier, klassifisering og koding

Oversikt over uavhengige variabler, variabelverdier, og klassifiseringen / kodingen av de uavhengige variablene i undersøkelsen:

DEL 1: UAVHENGIGE VARIABLER		
(Faktorer vi antar påvirker eller forklarer fordelingene på de avhengige variablene – mulig årsak)		
Bakgrunnsvariabler / personlighetsvariabler	Verdier på variabelen	Verdiene er kodet til:
v1 Kjønn (Bakgrunnsvariabel)	1. Mann 1. Kvinne	1 → mann 2 → kvinne
v2 Tanker om fremtiden 1 <i>Kodet til v27 Optimisme (høy/lav)⁴³</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg har planer for fremtiden og tillit til at jeg vil ta utdanning og få en jobb jeg vil trives med. 2. Jeg har ikke store planer for fremtiden og tror det blir vanskelig å få en jobb jeg vil trives med. 3. Jeg har planer for fremtiden, men er bekymret for at jeg ikke skal få en jobb jeg vil trives med. 4. Vet ikke	1 → Optimistisk 2 → Nøytral (ikke planer / jobb vanskelig) 3 → Pessimistisk (har planer / bekymret jobb) 4 → Vet ikke
v3 Håp for framtiden <i>Kodet til v27 Optimisme (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg er positiv og har godt håp for fremtiden. 2. Jeg skulle ønske jeg hadde mer håp for fremtiden. 3. Vet ikke	1 → Håpefull 2 → Mindre håpefull 3 → Vet ikke
v4 Meg akkurat nå <i>Kodet til v27 Optimisme (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg er ofte motløs og lei meg og trenger bedre selvtillit. 2. Jeg er stort sett fornøyd og har den selvtilliten jeg trenger. 3. Jeg har varierende selvtillit, avhengig av situasjonen. 4. Annet	1 → Liten selvtillit 2 → Nok selvtillit 3 → Varierende selvtillit 4 → Annet
v5 Min religion / trosretning (Bakgrunnsvariabel)	1. Ingen religion 2. Kristendom 3. Jødedom 4. Islam 5. Buddhisme 6. Hinduisme 7. Humanisme 8. Nyreligiøsitet (healing, ånder, engler etc.) 9. Annet	1 → Ingen religion 2 → Kristendom 3 → Jødedom 4 → Islam 5 → Buddhisme 6 → Hinduisme 7 → Humanisme 8 → Nyreligiøsitet (healing, ånder, engler etc.) 9 → Annet

⁴³ Se vedlegg 4, avsnitt 9.1.4.

v6 Jeg og samfunnet 1 <i>Kodet til v28 identitet (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg bor i Norge, og føler meg norsk. 2. Jeg bor i Norge, men føler meg ikke norsk. 3. Vet ikke	1 → Føler meg norsk 2 → Føler meg ikke norsk 3. Vet ikke
v7 Jeg og samfunnet 2 <i>Kodet til v28 identitet (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg føler meg godt integrert i det norske samfunnet. 2. Jeg er ikke så godt integrert i det norske samfunnet. 3. Vet ikke	1 → Godt integrert 2 → Ikke så godt integrert 3 → Vet ikke
v8 Jeg og samfunnet 3 (Personlighetsvariabel)	1. Jeg skal jobbe og betale skatt, og gjøre det samfunnet forventer av meg som voksen. 2. Jeg tror jeg vil ha problemer med å leve opp til samfunnets krav. 3. Vet ikke	1 → Klarer å leve opp til kravene 2 → Vanskelig å leve opp til kravene 3 → Vet ikke
v9 Overbevisninger og håp 1 <i>Kodet til Religiositet (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg tror det finnes noe hellig og ukrenkelig i livet. 2. Jeg tror ikke at det finnes noe som er hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler. 3. Vet ikke	1 → Finnes noe hellig 2 → Finnes ikke noe hellig 3 → Vet ikke
v10 Overbevisninger og håp 2 <i>Kodet til Religiositet (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro. 2. Jeg mediterer ofte, det gir meg styrke og ro. 3. Jeg henter styrke og ro i naturen. 4. Annet	1 → Ber til Gud 2 → Mediterer 3 → Bruker naturen 4 → Annet
v12 Åndelig / ikke åndelig <i>Kodet til Religiositet (høy/lav)</i> (Personlighetsvariabel)	1. Jeg skulle ønske at jeg hadde noe å tro på. 2. Jeg har min tro, og er fornøyd med det 3. Jeg har ikke behov for å tro på noe. 4. Vet ikke	1 → Ønsker en tro (opplever religiøs savn) 2 → Har min tro 3 → Ikke behov for tro 4 → Vet ikke

9.1.2 Vedlegg 2: Avhengige variabler, variabelverdier, klassifisering og koding

Oversikt over avhengige variabler i undersøkelsen

DEL 2a: AVHENGIGE VARIABLER			
(Fenomenet vi vil forstå eller studere variasjonen i – i.e Syn på etisk tenke og handlemåte / politiske verdier i mediene (<i>den mulige virkningen</i>)).			
Variablene 13 – 18 kan oppsummeres i ett uttrykk: En etisk tenke- og handlemåte, som også kan vise til verdier som utgjør Den gylne regel: <i>Du skal være mot andre slik du vil at andre skal være mot deg.</i>			
Verdier i mediene – Dine syn på medienes rolle og verdiformidling			
Holdnings- og atferdsvariabler	Kodes til:	Verdier på variabelen	Kodes til:
v13 Mediene bør reflektere godhet, omsorg og ydmykhet for medmennesker.	Mediene: godhet, omsorg, ydmykhet	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v14 Mediene bør reflektere at det er galt å baksnakke eller krenke andres integritet.	Mediene: baksnakking, krenking	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v15 Mediene bør reflektere nødvendigheten ved å være	Mediene: ærlighet,	1. Viktig 2. Litt viktig	1, 2 → Positiv

ærlig og oppriktig, og si unnskyld hvis man har såret noen.	oppriktighet	3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	3, 4, 5 → Negativ/usikker
v16 Mediene bør fokusere på at det er galt å såre / skade andre.	Mediene: såring / skading	1. Viktig 5. Litt viktig 6. Ikke viktig 7. Vet ikke 8. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v17 Mediene bør arbeide for betydningen av å vise empati og det å være et medmenneske.	Mediene: empati, medmenneske	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v18 Mediene bør fokusere på betydningen av å vise selvbeherskelse / kontrollere sitt sinne.	Mediene: selvbeherskelse, kontroll	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
<p>Omkoding til Sumskåre v13-18: v41</p> <p>Samtlige variabler over, dvs. v13-v18 er slått sammen / omkodet til å bli én variabel (Sumskåre for v13-18) , med 6 sumskårer – en til hver variabel. Dvs de variablene som utgjør sumskåre 6 består alle av variabelverdien ”viktig” eller ”litt viktig”. De variablene som utgjør sumskåre 5, har svart ”viktig” eller ”litt viktig” på fem av variablene 13-18, de med sumskåre 4 har svart ”viktig” eller ”litt viktig” på fire av variablene 13-18 osv.</p> <p>Sumskåre v41 er omkodet til v42 “Sumskåre omkodet”:</p> <p>Sumskåre 6 består av alle enhetene som har svart “viktig” og “litt viktig” på samtlige av spørsmålene om mediene bør formidle de “myke” samfunnsverdiene (6 variabler til sammen) . Sumskåre 6 er derfor omkodet til én verdi = “høy grad av positivitet”.</p> <p>Sumskåre 5 består av alle enhetene som har svart “viktig” og “litt viktig” på 5 av de 6 variablene som omhandler mediens formidling av de “myke” samfunnsverdiene. Sumskåre 5 er omkodet til én verdi = “middels grad av positivitet”.</p> <p>Sumskåre 4 består av alle enhetene som har svart “viktig” og “litt viktig” på 4 av de 6 variablene, og er omkodet til én verdi = “lavere grad av positivitet”.</p>	Sumskåre v13-18	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
Politiske verdier:			
Holdnings- og atferdsvariabler	Kodes til:	Verdier på variabelen	Kodes til:
v19 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av ytringsfrihet og demokrati, og hvor viktig det er å bekjempe maktmisbruk på alle nivåer.	Mediene: ytringsfrihet, demokrati	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v20 Mediene bør fokusere på at all form for rasisme må bekjempes.	Mediene: rasisme	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker

v21 Mediene bør fokusere på betydningen av likestilling og likeverd mellom mann og kvinne.	Mediene: likestilling, likeverd	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v22 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av likeverd og toleranse mellom ulike religioner / trosretninger.	Mediene: toleranse mellom religioner	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v23 Mediene bør beskytte homofiles rettigheter.	Mediene: homofiles rettigheter	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v24 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av at alle gjør en innsats for å skaffe seg utdanning og jobb.	Mediene: utdanning og jobb	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker
v25 Mediene bør fokusere på nødvendigheten av å vise respekt for lover og regler, samt arbeide ærlig og betale skatt.	Mediene: lover regler	1. Viktig 2. Litt viktig 3. Ikke viktig 4. Vet ikke 5. Vil ikke svare	1, 2 → Positiv 3, 4, 5 → Negativ/usikker

9.1.3 Vedlegg 3: Avhengig variabel: medier som svekker etikken - koding

Avhengig variabel – hvilke medier svekker en etisk tenke- og handlemåte?

DEL 2b: AVHENGIG VARIABEL – v26	
(Fenomenet vi vil forstå eller studere variasjonen i – i.e Oppfatning av hvilke medier som evt. svekker en etisk tenke- og handlemåte)	
Spørsmålet som det står i undersøkelsen:	Verdier på variabelen:
Verdi 1-5 kan oppsummeres i ”Den Gyldne Regel”: <i>Du skal være mot andre slik du vil at andre skal være mot deg</i> , som er en etisk tenke- og handlemåte. Hvilke av mediene under bidrar til å svekke en slik etisk tenke- og handlemåte?	1 Enkelte aviser 2 Enkelte TV-programmer 3 TV-nyheter 4 Visse filmer 5 Visse Youtube-innlegg 6 Visse dataspill 7 MTV 8 Visse sangtekster 9 Visse bøker / tegneserier
Kodes til:	Samme verdier som over:
v26 Medier som svekker etikken	1 Enkelte aviser 2 Enkelte TV-programmer 3 TV-nyheter 4 Visse filmer 5 Visse Youtube-innlegg 6 Visse dataspill 7 MTV 8 Visse sangtekster 9 Visse bøker / tegneserier

9.1.4 Vedlegg 4: Videre klassifisering og koding av uavhengige variabler

Omkoding av uavhengige variabler til dikotome variabler:

Ny operasjonell definisjon / indeks - (til dikotom variabel):	Enheter som grupperer seg på flg personlighetsverdier operasjonaliseres og får ny indeks:		Variablene i første kolonnen er gjort om til dikotome variabler (andre kolonne) med flg. variabelverdier:
v27 Optimisme	V2 verdi 1 Jeg har planer for fremtiden og tillit til at jeg vil ta utdanning og få en jobb jeg vil trives med. V3 verdi 1 Jeg er positiv og har godt håp for fremtiden. V4 verdi 2 Jeg er stort sett fornøyd og har den selvtilliten jeg trenger.	→	1. Høy optimisme
	V2 verdi 2 Jeg har ikke store planer for fremtiden og tror det blir vanskelig å få en jobb jeg vil trives med. V3 verdi 2 Jeg skulle ønske jeg hadde mer håp for fremtiden. V4 verdi 1 Jeg er ofte motløs og lei meg og trenger bedre selvtillit.	→	2. Lavere optimisme
v28 Identitet	V6 verdi 1 Jeg bor i Norge, og føler meg norsk. V7 verdi 1 Jeg føler meg godt integrert i det norske samfunnet.	→	1. Høy norsk identitet
	V6 verdi 2 Jeg bor i Norge, men føler meg ikke norsk. V7 verdi 2 Jeg er ikke så godt integrert i det norske samfunnet.	→	2. Lav norsk identitet
v29 Religiositet	V9 verdi 1 Jeg tror det finnes noe hellig og ukrenkelig i livet. V10 verdi 1 Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro. V10 verdi 2 Jeg mediterer ofte, det gir meg styrke og ro V12 verdi 2 Jeg har min tro, og er fornøyd med det	→	1. Høy religiositet
	V9 verdi 2 Jeg tror ikke at det finnes noe hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler. V9 verdi 3 Vet ikke V10 verdi 3 Jeg henter styrke og ro i naturen V10- verdi Annet	→	2. Lav / ingen religiositet
v30 Religiøst savn	V12 verdi 1 Jeg skulle ønske at jeg hadde noe å tro på.	→	1. Opplever savn
	V12 verdi 2 Jeg har min tro, og er fornøyd med det. V12 verdi 3 Jeg har ikke behov for å tro på noe. V12 verdi 4 Vet ikke	→	2. Opplever ikke savn
v31 Ateisme	V9 verdi 2 Jeg tror ikke at det finnes noe som er hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler. V12 verdi 3 Jeg har ikke behov for å tro på noe.	→	1. Ateist 2. Ikke ateist
v32	V5 verdi 8 Nyreligiositet (healing, ånder, engler etc.)	→	1. Nyreligiøs / 2. Ikke nyreligiøs
v40 Religion	V5 – verdi 1-8: 1. Ingen religion 2. Kristendom 3. Jødedom 4. Islam 5. Buddhisme 6. Hinduisme 7. Humanisme 8. Nyreligiositet (healing, ånder, engler etc.) 9. Annet	→	1. Kristendom → Kristendom 2. Islam → Islam 3. Jødedom, Buddhisme, Hinduisme, Nyreligiøsitet → Andre religioner 10. Ingen religion, Humanisme → Ingen religion

9.1.5 Vedlegg 5: Spørreskjema slik det så ut før det ble overført til Nettskjema

Norsk ungdom i det flerkulturelle samfunnet

identitet og selvfølelse, media og verdisyn

Spørsmålene i undersøkelsen som følger kan kanskje virke litt rare, men hensikten er for å finne ut hvordan ungdom har det, hva ungdom tror på, og hva ungdom mener. Du skal ikke skrive navnet ditt noe sted. Svar så ærlig du kan, ingen svar kan spores tilbake til deg. Mot slutten av undersøkelsen kan du utdype dine tanker og holdninger dersom du ønsker det.

Del 1: Litt bakgrunn om deg

A: Kjønn

Kvinne

Mann

B. Fremtidsoptimisme og håp

B1 Fremtidsoptimisme (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg har planer for fremtiden og tillit til at jeg vil ta utdanning og få en jobb jeg vil trives med.

Jeg har ikke store planer for fremtiden og tror det blir vanskelig å få en jobb jeg vil trives med.

Jeg har planer for fremtiden, men er bekymret for at jeg ikke skal få en jobb jeg vil trives med.

Vet ikke

Vil ikke svare

B2 Håp (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg er positiv og har godt håp for fremtiden.

Jeg skulle ønske jeg hadde mer håp for fremtiden.

Vet ikke

Vil ikke svare

B3 Selvtillit (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg er ofte motløs og lei meg og trenger bedre selvtillit.

Jeg er stort sett fornøyd og har den selvtilliten jeg trenger.

Jeg har varierende selvtillit, avhengig av situasjonen.

Annet

C. Hva er min religion / trosretning? (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest din oppfatning.)

Ingen religion

Kristendom

Jødedom

Islam

Buddhisme

Hinduisme

Humanisme

Nyreligiøsitet (healing, ånder, engler etc.)

Annet

D. Jeg og samfunnet

D1 Norskhet (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg bor i Norge, og føler meg norsk.

Jeg bor i Norge, men føler meg ikke norsk.

Vet ikke

Vil ikke svare

D2 Grad av integrasjon (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg føler meg godt integrert i det norske samfunnet.

Jeg er ikke så godt integrert i det norske samfunnet.

Vet ikke

Vil ikke svare

D3 Samfunnets krav (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg skal jobbe og betale skatt, og gjøre det samfunnet forventer av meg som voksen.

Jeg tror jeg vil ha problemer med å leve opp til samfunnets krav.

Vet ikke

Vil ikke svare

E. Mine overbevisninger og håp

E1: Hellighet (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg tror det finnes noe hellig og ukrenkelig i livet.

Jeg tror ikke at det finnes noe som er hellig. Det er vi mennesker som tilfører hellighet til guder og symboler.

Vet ikke

Vil ikke svare

E2: Personlig styrke (Sett ett kryss for det alternativet som ligger nærmest det du mener.)

Jeg ber ofte til min Gud, det gir meg styrke og ro.

Jeg mediterer ofte, det gir meg styrke og ro.

Jeg henter styrke og ro i naturen.

Annet

Dersom "Annet": Spesifiser gjerne <tekstboks>

E3: Åndelig / ikke åndelig (Sett ett kryss hvis en av alternativene under passer til deg - valgfritt)

Jeg skulle ønske at jeg hadde noe å tro på.

Jeg har min tro, og er fornøyd med det

Jeg har ikke behov for å tro på noe.

Vet ikke

Vil ikke svare

Del 2: Verdier i mediene

F. Dine syn på medienes rolle og verdiformidling

Med utgangspunkt i teori som sier at mediene har stor påvirkning på i hvilken retning samfunnet utvikler seg. Hva tenker du om medienes rolle som verdiformidler?	Sett inn tall: 0 = vet ikke 1 = ikke viktig, 2= litt viktig, 3 = viktig 9 = vil ikke svare
Mediene bør reflektere godhet, omsorg og ydmykhet for medmennesker.	
Mediene bør reflektere at det er galt å baksnakke eller krenke andres integritet.	
Mediene bør reflektere nødvendigheten ved å være ærlig og oppriktig, og si unnskyld hvis man har såret noen.	
Mediene bør fokusere på at det er galt å såre / skade andre.	
Mediene bør arbeide for betydningen av å vise empati og det å være et medmenneske.	
Mediene bør fokusere på betydningen av å vise selvbeherskelse / kontrollere sitt sinn.	
Mediene bør fokusere på nødvendigheten av ytringsfrihet og demokrati, og hvor viktig det er å bekjempe maktmisbruk på alle nivåer.	
Mediene bør fokusere på at all form for rasisme må bekjempes.	
Mediene bør fokusere på betydningen av likestilling og likeverd mellom mann og kvinne.	
Mediene bør fokusere på nødvendigheten av likeverd og toleranse mellom ulike religioner / trosretninger.	
Mediene bør beskytte homofiles rettigheter.	
Mediene bør fokusere på nødvendigheten av at alle gjør en innsats for å skaffe seg utdanning og jobb.	
Mediene bør fokusere på nødvendigheten av å vise respekt for lover og regler, samt arbeide ærlig og betale skatt.	

Verdi 1-5 kan oppsummeres i "Den Gyldne Regel": Du skal være mot andre slik du vil at andre skal være mot deg, som er en etisk tenke- og handlemåte. Hvilke av mediene under bidrar ofte til å svekke en slik etisk tenke- og handlemåte?

	Følgende medier svekker ofte en slik etisk tenkemåte Sett kryss
Aviser	
Youtube	
Visse filmer	
Visse dataspill	
Tv-nyheter	
Humorprogrammer på TV	
MTV	

Her kan du skrive konkret hvilke medier du tenker på:

<svarfelt>

Her kan du utdype dine tanker og meninger du har fått i løpet av undersøkelsen.

<svarfelt>

Her kan du skrive evt. kommentarer til undersøkelsen:

<svarfelt>

Takk for ditt bidrag til undersøkelsen.

9.1.6 Vedlegg 6: Informasjonsskriv til rektorer

Til rektorer i videregående skole

Informasjonsbrev

Oslo, februar 2011

Undersøkelse om ungdom, media, verdier og holdninger

Masteroppgaveprosjektet *Ungdom og medier - verdier og holdninger* tar opp ungdoms orientering, verdisøken og tilpasning i mediasamfunnet Norge. Fokus er ungdommenes selvopplevde virkelighet, og hvordan ulike medier spiller inn i prosessen med å tilpasse seg samfunnet, finne seg selv, sin rolle og sin plass, og hvilke holdninger man utvikler og hvilke verdier man styrer etter i hverdagen. Vi lever i et samfunn hvor ulike medier omfavner og møter oss i det meste av det vi gjør, og veien kan være kronglete for å skape seg en meningsfull hverdag når man stadig utsettes for påvirkning fra ulike medier/"mediemiljøer". Undersøkelsen tar utgangspunkt i utvalgte verdier utarbeidet av Bostad-utvalget i juni 2007, som danner det verdigrunnlaget norsk skole i dag baserer seg på. Se opplæringsloven § 1- 2⁴⁴.

Med bakgrunn i at dagens ungdom tilhører forskjellige kulturer, også kulturer som diskuteres i mediene, ut fra ulike innfallsvinkler og med motstridende verdiforståelser kan man lett tenke seg til at unge i dag utsettes for press, påvirkning, forventninger og valg som kan være utfordrende for ungdom i oppvekst. Hvordan ulike medier spiller inn i sosialiseringprosessen kan forklare en del av virkeligheten der ungdom søker mening og forankring i tilværelsen, og hvor de finner sin "plass" hvor de føler seg hjemme.

Undersøkelsen søker å få et innblikk i hvordan denne medievirkeligheten fortoner seg for ungdom fra ulike kulturer, med ulike referanserammer, der alle forventes å fungere og leve sammen i et meningsfullt og samarbeidende fellesskap. I tillegg til mediepåvirkningen spiller skolens arbeid med holdninger og verdier en viktig rolle for ungdommens generelle kunnskap og utvikling av identitet og ståsted. Faget samfunnsfag og RLE er sentrale, og undersøkelsen berører 17 kompetansemål i samfunnsfag, VK1, vgs.

Spørsmålene dreier seg om fremtidsoptimisme, tro og åndelighet, følelse av tilhørighet i samfunnet, og syn på ulike verdier operasjonalisert ut fra verdier utarbeidet av Bostadutvalget (se over). Stikkord er medmenneskelighet, solidaritet og etiske retningslinjer, media og ytringsfrihet, rasisme og toleranse, likestilling, likeverd og inkludering, samt selvbeherskelse og verdien av å skaffe seg utdanning og arbeid. Ungdommen besvare på i hvilken grad de mener mediene beskytter og formidler disse verdiene, samt hvorvidt disse verdiene kan tenkes å være under press av ulike medieprodukter, for eksempel sangtekster, filmer og ulike typer dataspill.

For å kunne arbeide konstruktivt med ungdom og identitetsutvikling, må man treffe dem "hjemme", og kjenne til deres verdiorientering, følelse av tilhørighet og motivasjon for fremtiden, eller mangel på nevnte. Det er et håp at undersøkelsen vil ha pragmatisk verdi, ved at de funn den presenterer vil kunne være et bidrag i arbeidet med å legge forholdene best mulig til rette for ungdom i oppvekst.

Målgruppe: Ungdom i 3. klasse på videregående skole.

Undersøkelsen er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste. Generelle spørsmål vedrørende personvern kan rettes til Gine Marie Høydahl på e-post: ginemh@student.uio.no

Veiledere for prosjektet: Knut Lundby (UiO) og Elisabeth Eide (HiO)

Med vennlig hilsen

Gine Marie Høydahl

Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

⁴⁴ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/pressesenter/pressemeldinger/2007/enstemmig-om-nye-formalsparagrafer.html?id=472040>

9.1.7 Vedlegg 7: Første side i undersøkelsen – Informasjon til elevene

Informasjon første side i undersøkelsen:

Masteroppgaveprosjektet *Ungdom og medier - verdier og holdninger* tar opp ungdoms orientering, verdisøken og tilpasning i mediesamfunnet Norge. Vi lever i et samfunn hvor ulike medier omfavner og møter oss i det meste av det vi gjør, og veien kan være kronglete for å skape seg en meningsfull hverdag når man stadig utsettes for påvirkning fra ulike medier. Undersøkelsen tar utgangspunkt i utvalgte verdier utarbeidet av Bostad-utvalget i juni 2007, som danner det verdigrunnlaget norsk skole i dag baserer seg på.

Dette er en forespørsel om du vil delta i undersøkelsen.

Med bakgrunn i at dagens ungdom tilhører forskjellige kulturer, også kulturer som diskuteres i mediene, ut fra ulike innfallsvinkler og med motstridende verdiforståelser kan man lett tenke seg til at unge i dag utsettes for press, påvirkning, forventninger og valg som kan være utfordrende for ungdom i oppvekst. Hvordan ulike medier spiller inn i sosialiseringprosessen kan forklare en del av virkeligheten der ungdom søker mening og forankring i tilværelsen.

Formålet med undersøkelsen å få et innblikk i hvordan denne medievirkeligheten fortoner seg for ungdom fra ulike kulturer, med ulike referanserammer, der alle forventes å fungere og leve sammen i et meningsfullt og samarbeidende fellesskap. Det er et håp at undersøkelsen kunne være et bidrag i arbeidet med å legge forholdene best mulig til rette for ungdom i oppvekst. Spørsmålene dreier seg om fremtidsoptimisme, tro og åndelighet, følelse av tilhørighet i samfunnet, og syn på ulike verdier. Stikkord er medmenneskelighet, solidaritet og etiske retningslinjer, media og ytringsfrihet, rasisme, likestilling og likeverd, selvbeherskelse og verdien av å skaffe seg utdanning og arbeid.

Målgruppe: Ungdom i 3. klasse på videregående skole.

Du skal ikke skrive navnet ditt noe sted. Din skole har godkjent og lagt til rette for undersøkelsen. Alle data vil anonymiseres og behandles konfidensielt, og slettes etter bruk. Forsker er underlagt taushetsplikt. Dato for prosjektslutt og anonymisering av datamaterialet: 01.10.2011.

Undersøkelsen er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste AS.

Dersom du klikker på linken og fullfører undersøkelsen, oppfattes dette som samtykke til å delta. Deltakelsen er frivillig, og du kan når som helst avslutte undersøkelsen.

Takk for at du vil svare på undersøkelsen!

Kontaktinformasjon:

Gine Marie Høydahl

ginemh@student.uio.no

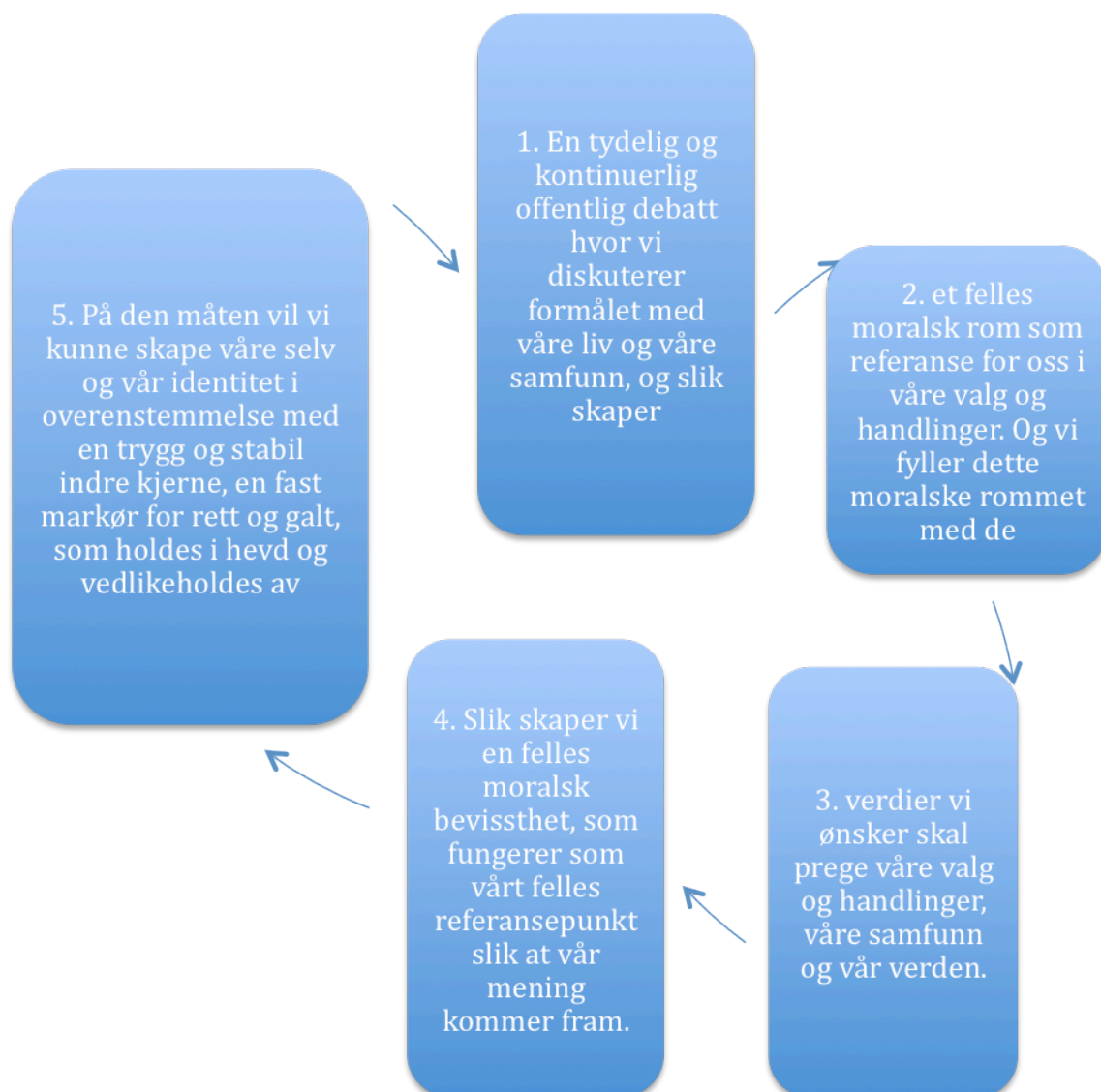
Veiledere: Knut Lundby (UiO)/ Elisabeth Eide (HiO)

Institutt for medier og kommunikasjon

Universitetet i Oslo

9.1.8 Vedlegg 8: Modell til "Diskusjonen om det gode liv"

Som et ledd i en mulig identitetspolitikk tar samfunnsmodellen under utgangspunkt i teori om kommunitarisme og tankene til Charles Taylor om samfunnets felles moralske rom- som referansepunkt i skapelsen av våre selv og våre identiteter, om Autensitetsidealet - som vektlegger ektehet, og om en ekspressiv språkteori - som legger til rette for videre utvikling av samfunn der humanitet og samarbeid blir de bærende prinsipper, og hvor journalistikken bærer preg av Michael Ignatieffs tanker der fokus ligger på løsninger og årsaker til konflikter i samfunnet, i tillegg til å vektlegge menneskelige behov. Vi trenger:



9.1.9 Vedlegg 9: Ulike medieprodukter, verdier og moral

Hvis man stiller seg spørsmålet om det er slik at mediebildet mange barn og ungdom møter faktisk inneholder moralske overskridelser og mangel på menneskelighet, (som vi kan definere med ord for eksempel som empati, sympati, medmenneskelighet og omsorg), så kan det være opp til leseren å konkludere selv. Under er en presentasjon av medieprodukter som i det minste kan være gjenstand for *refleksjon*, uten at man skal mane til noen form for mediehysteri av den grunn. Eksempelene er hentet fra den mediekulturen barn og ungdom lever innenfor, og ifølge Taylors (2008) terminologi kan vi forstå dette som en del av barn og ungdoms *moralske rom*, en del av det meningsunivers med de verdier det presenterer og som ifølge teori nevnt i oppgaven er med på å prege fokus, bevissthet og orientering, i tillegg til at det ifølge Waldahls teori om holdningsdannelse er med på å danne ubevisste mentale skjemaer. Under er altså eksempler på en del av den kulturen som gir ungdom den referanseramme de hele tiden bærer med seg.

”NRK-programmet *Ikke gjør dette hjemme* har fått kritikk for å inspirere til farlige eksperimenter. Programkonseptet har blitt en stor suksess over hele verden (Mathisen og Gresset 20011). ”I forrige sesong klarte programlederne til slutt å brenne ned huset, som resultat av eksperimenterne de utførte. Programmet fikk kritikk av Direktoratet for Samfunnssikkerhet og Beredskap da programlederne brukte fyrverkeri innendørs. En av episodene har i tillegg vist hvordan man ved hjelp av kunstgjødsel, diesel og dynamitt kan lage en bombe. Programlederne sier selv i programmet at kunstgjødselbomber er blant de vanligste terrorbombene, og at slike bomber ble benyttet både ved angrepet på World Trade Center i 1993 og ved Oklahoma-bombinga i 1995 (Solbu 2011). Selv om reklamestripen *WulffmorgentHaler*⁴⁵ (Aftenposten) inneholder mange morsomme elementer, vil noen av dem for mange hentyde at empati er en verdi under press: ”Man sier at vold ikke er løsningen, men det hjalp da Sigurd å vinne over Steffen i ludo”. Lasse Gjertsen ble verdensberømt for sine animasjoner på Youtube. Dette er populære animasjoner for barn helt ned i 4. klasse på barneskolen. *Rødmaling*⁴⁶ er en animasjon som handler om at en skoleklasse dreper en medelev fordi de trenger rødmaling. *Det ultimate selvmord*⁴⁷ er en animasjon som beskriver detaljert hvordan man kan begå selvmord, jeg vil påstå at på samme måte som *Rødmaling* kan

⁴⁵ <http://www.aftenposten.no/tegneserier/Dagens-Wulffmorgenthaler-6685686.html>

⁴⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=yIVDxNz5Pgk>

⁴⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=aCXmYMPEAlc&playnext=1&list=PLD3206DD03274512C>

være skadelig for påvirkelige barn og ungdom. Den populære filmen *Terkel i knipe*, dansk animasjonsfilm fra 2004, basert på en radioføljetong av Anders Matthesen, tar eksplisitt for seg mobbing av en 6. klassing, og hvor et av elementene i filmen er et barn som tar selvmord ved å hoppe ut av vinduet, med følgende kommentar av en tilskuer: ”Det var jammen godt at ingen fikk den feite kua i hodet”. Andre eksempler kan være visse elementer i animasjonsseriene *Simpsons* og *South Park*, som ofte handler om empatiløs og grenseoverskridende atferd, og som blant annet av den grunn trekker store seertall. Det er interessant i denne sammenhengen å trekke fram en hendelse som skjedde i Fredrikstad høsten 2009, hvor en familie våknet til et hus hvor det i løpet av natten var malt diskriminerende ord på husveggen med store bokstaver, og hvor bilen og andre ting på eiendommen var rullet inn i papir (Frølandshagen 2009). Dette er direkte kopiert fra en episode fra *South Park*.⁴⁸

Den voldelige musikkvideoen til låten *Born Free* av den britiske musikeren M.I.A har vakt sterke reaksjoner, men ligger på ute på Youtube med 18 års aldersgrense. ”I musikkvideoen følger vi spesialtrente amerikanske politistyrker som fanger rødhårede barn og unge gutter, og kjører de ut i ørkenen. Der blir de henrettet. De rødhårede guttene blir brutalt banket opp, skutt på kloss hold og sprengt i filler av landminer” (Haugen 2010).

Reality TV er et omdiskutert programkonsept hvor deltakere ”stenges inne” uten mulighet til å forlate åstedet før en viss tid har gått, og hvor fokus er sosiale spill som tøyler normative grenser for krenkelse og anerkjennelse (Hjarvard 2008). Å inkludere særlig sårbare personer i programkonseptet kan oppfattes som uetisk, ofte vil de som har blitt friske fra kreft, spiseforstyrrelser og personlighetsforstyrrelser bli gruppert sammen som ”samboere” med konfliktsøkende personer, og dem som forårsaker potensielt stress for andre ved sin ”bøllete” atferd. Det ubalanserte maktforholdet er ytterligere øket ved rollen av ”Big Brother” selv, øynene som ser alt men som selv er usynlige. Big Brothers stemme har autoritet, og gjør overraskende valg – som, i et forskningsprosjekt ville bli oppfattet som uetisk og særlig uønsket, og gir få valg til deltakerne (Bryman 2008:115, sitert av Bohlinger 2009).

Forskning viser til at voldelige dataspill medfører avgjørende stor risiko for økt utvikling av aggressive tanker og atferd, og en nedgang i empati og prososial atferd blant

⁴⁸ http://no.wikipedia.org/wiki/South_Park

ungdom (Anderson 2010, Kalning 2006). (Det er gjort omfattende studier på medie vold som bygger opp under Andersons konklusjoner.⁴⁹)

Mye av barne- og ungdomslitteraturen har endret karakter de siste 10-15 årene. Populære barnebøker i skolebibliotekene i dag, kan mane til redsel og frykt, jeg har selv erfart at barn i skolen blir redde og utrygge av å lese mye av den barnelitteraturen som anbefales i dag. Bøkene til Joseph Delaney kan nevnes som eksempler, for eksempel *Den siste lærling – Heksenes hevn*. Andre eksempler kan være *Den ømme morderen* (av Arne Berggren), *Det onde* (av Arne Berggren), *Djevelen i kirken* (av Mikael Niemi), *Bøddelen: myte og virkelighet* (av Claes Reimerthi). Det er viet lite forskning på barne- og ungdomslitteratur, men en begynnende forskning på temaet er i gang. Forsker Astrid Ramsfjell har involvert seg i forskning på feltet barnelitteratur, og mener blant annet følgende om barn og bøker: ”Vår oppfattelse av hva barn skal være, vil bestemme hvordan vi vurderer god barnelitteratur” (Haraldsen 2009).

Lederen i Aftenposten tirsdag 28.09.10, omhandler soldatkultur i Afghanistan, som kom under lupen etter krigsfavoriserende uttalelser fra norske soldater som hadde tjenestegjort i Afghanistan. Antakelsen av at en ukultur blant norske soldater⁵⁰ førte til at Aftenposten i sin leder tok opp temaet *etisk bevissthet*. ”Hvis den etiske bevisstheten svekkes, fører den til at akseptabel atferd flyttes. En slik svekkelse skjer gradvis og nesten umerkelig. Derfor er det så viktig å være på vakt. Historisk erfaring viser at holdningsmessig utglidning før eller siden ender med at det blir begått krigsforbrytelser. Det er en tragedie som ingen ønsker at norske offiserer og soldater skal få oppleve” (Leder Aftenposten 28/09.10).

Denne tankegangen omkring etisk bevissthet kan overføres også til andre miljøer. Etisk bevissthet er en dimensjon som spenner over de fleste områder der det er menneskelig samhandling, og hvorvidt det er en utglidning av etisk bevissthet i visse deler av samfunnet er et empirisk spørsmål. Ifølge teori presentert i denne oppgaven, så er kontinuerlig holdningsskapende arbeid nødvendig for å opprettholde en identitet som orienterer seg positivt til oppbyggende samfunnsverdier og etiske refleksjoner.

⁴⁹ <http://www.psychology.iastate.edu/faculty/caa/abstracts/Aggression/Media.html>

⁵⁰ <http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article3832337.ece>